



2021

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ



2021
RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Lettera agli Stakeholder



In un contesto internazionale di fortissima incertezza dovuta soprattutto alla guerra fra Russia e Ucraina, ci accingiamo a presentare la **diciassettesima edizione** del Rapporto di Sostenibilità del Gruppo Lucart, la prima sottoposta a certificazione da parte di un ente terzo.

Al dramma della pandemia si è purtroppo aggiunto il dramma di una guerra inspiegabile nel cuore dell'Europa, i cui effetti sull'economia e sui rapporti internazionali si stanno già vedendo nella loro tragicità e si protrarranno nel tempo in modo irreversibile.

Nel corso del 2021 abbiamo assistito a un riequilibrio della domanda dei beni fra prodotti consumer e prodotti Away from Home, in un contesto, soprattutto nella seconda parte dell'anno, di forte ripresa economica. L'anno è stato però caratterizzato da una vertiginosa salita dei prezzi di tutte le materie prime, sia di quelle fibrose, sia dei materiali ausiliari e da una vera e propria esplosione dei prezzi dell'energia nell'ultimo trimestre del 2021, aggravata poi dallo scoppio del conflitto in Ucraina nel primo trimestre del 2022.

Il quadro macroeconomico su materie prime ed energia ci spinge ad accelerare le azioni già iniziate negli anni scorsi e che ci vedono determinati a investire sull'economia circolare, sull'efficienza produttiva ed energetica e sulla autoproduzione e acquisto di energia rinnovabile e sulla diversificazione dei mercati e dei prodotti, con particolare attenzione al piano PNRR sul quale l'Azienda ha presentato diversi progetti.

Ricordo con piacere i risultati ambientali ed economici del nostro progetto Natural che, a più di 10 anni dalla partenza, è stato perfezionato con l'installazione nel nostro stabilimento di Borgo a Mozzano di un impianto per la granulazione del residuo composto da plastica e alluminio derivante dal processo di riciclo dei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Il progetto rappresenta un punto di riferimento in Europa per l'economia circolare e dimostra come con innovazione, creatività e lo sviluppo di rapporti di partnership evolute, si possano portare sul mercato prodotti di altissima qualità, che fanno davvero bene all'ambiente, allo sviluppo economico della Società e dei territori in cui opera.

Dal punto di vista energetico abbiamo avviato nel corso del 2021 un impianto di cogenerazione ad alto rendimento nello stabilimento di Porcari, simile a quello già installato nel 2020 in quello di Borgo a Mozzano. Questi tipi di impianti, che rappresentano lo stato dell'arte della tecnologia di autoproduzione di energia elettrica e termica, ci consentono di migliorare le efficienze produttive riducendo al contempo le emissioni in atmosfera e sono già pronti per sfruttare combustibili ecologici come idrogeno e BioGas.

Abbiamo anche approvato l'installazione, in partnership con Enel X, di un grande impianto fotovoltaico nello stabilimento di Borgo a Mozzano che andrà a regime a settembre 2022 e stiamo studiando soluzioni simili per tutti i nostri siti produttivi.

L'impegno dell'Azienda nella protezione dell'ambiente è dimostrato anche dal continuo miglioramento degli indici. Dal 2014 abbiamo ridotto **le emissioni specifiche di CO₂ del 14,9%** e addirittura del **47% le emissioni di NO_x**. Abbiamo **ridotto i consumi specifici di energia del 13,2%** rispetto al 2014 e abbiamo **avviato a recupero ben l'80% dei rifiuti prodotti**. **I consumi idrici specifici sono calati del 23,3%** rispetto al 2013.

Segnalo infine con piacere che abbiamo già raggiunto l'obiettivo di utilizzare solo imballaggi riciclabili e/o compostabili e stiamo lavorando per aumentare l'uso di imballaggi realizzati con materiali rinnovabili (79%) e composti in tutto o in parte da materie prime riciclate.

Nella speranza che i Governi Europei riescano a trovare soluzioni energetiche che possano mitigare il caro energia sia per le imprese sia per le famiglie, nel 2022 continueremo a lavorare con determinazione sull'ammodernamento tecnologico dei nostri impianti, sullo sviluppo di prodotti ecologici in grado di soddisfare le crescenti richieste dei mercati internazionali e sulla riduzione di tutti gli impatti ambientali dei nostri stabilimenti produttivi. Lo faremo ascoltando e dialogando con tutti gli stakeholder tenendo sempre presente il nostro obiettivo di creare valore per tutti.

Massimo Pasquini
Presidente e Amministratore Delegato



Nota Metodologica

Lucart presenta per il diciassettesimo anno consecutivo il Rapporto di Sostenibilità con lo scopo di evidenziare le informazioni economiche, ambientali e sociali e gli obiettivi di miglioramento dell'Azienda verso tutti gli stakeholder di riferimento.

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria, pubblicato con periodicità annuale e realizzato in conformità ai "Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI) e successivi aggiornamenti, secondo l'approccio GRI Standards:

"opzione in accordance Core". L'elenco puntuale dei GRI Standards presenti nel testo è sintetizzato all'interno del Content Index in coda al documento.

Il Gruppo tiene in considerazione i principi di rendicontazione previsti dagli Standard GRI:

- ▶ Partecipazione degli stakeholder
- ▶ Contesto di sostenibilità
- ▶ Materialità
- ▶ Completezza
- ▶ Equilibrio
- ▶ Comparabilità
- ▶ Accuratezza
- ▶ Tempestività
- ▶ Chiarezza e affidabilità

Il Rapporto prende in considerazione Lucart S.p.A. e le seguenti società da essa controllate:

Lucart S.a.s., Lucart Tissue & Soap S.L.U., Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft., Lucart Hygiene Ltd. e Lucart 3.0 S.r.l.

Nel Rapporto si fa riferimento all'**insieme delle società** con la denominazione di **Gruppo** o Gruppo Lucart.

Il periodo di rendicontazione analizzato copre l'intervallo di tempo compreso tra il **1° gennaio 2021 e il 31 dicembre 2021**.

Il primo marzo 2021 Lucart S.p.A. ha acquisito il 100% di **Esp Ltd**, successivamente rinominata Lucart Hygiene Ltd., e pertanto tale società è inclusa nel perimetro di rendicontazione del presente documento per il solo periodo dal 1 marzo 2021 al 31 dicembre 2021.

Nel testo viene messo in evidenza quando un dato è riferito al Gruppo oppure a una o più Società facenti parte di Lucart.

Il Rapporto contiene informazioni di carattere qualitativo e quantitativo relative ai temi considerati

"materiali" per Lucart e per i suoi stakeholder, e individuati attraverso la realizzazione di un'analisi di materialità. I dati sono stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati. Nello specifico, i dati e le informazioni presenti all'interno del documento sono stati raccolti dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte, attraverso schede di raccolta dati compilate con i dati estratti dai sistemi delle Società.

I dati relativi ai periodi precedenti (2019 e 2020) sono riportati - quando disponibili - nel Rapporto di Sostenibilità a fini comparativi, per consentire agli stakeholder una valutazione sull'andamento delle attività nel tempo. Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime e limitazioni di perimetro, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

A partire dall'anno 2020 Lucart S.p.A. ha aderito al **Global Compact Network Italia** delle Nazioni Unite, pertanto, il presente

documento rappresenta anche la "Communication on Progress" richiesta agli aderenti.





Il presente documento è stato redatto dal Team Comunicazione Corporate, il quale ha raccolto i dati riportati coinvolgendo tutte le funzioni direttive interessate.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato sottoposto alla successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione di Lucart in data 27 maggio 2022. Al fine di migliorare l'efficacia del processo di rendicontazione e garantire a tutti gli stakeholder l'affidabilità delle informazioni riportate, il Rapporto di Sostenibilità 2021 è stato sottoposto a revisione limitata da parte di PricewaterhouseCoopers Business Services S.r.l. Tale attività si è conclusa con il rilascio della "Relazione sull'esame limitato del Bilancio di Sostenibilità 2021". La relazione, riportata nella sezione finale del documento, descrive i principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni.

Per ulteriori informazioni sui dati, è possibile contattare il seguente indirizzo email:

communication@lucartgroup.com

Indice

	Lettera agli stakeholder	2	
	Nota metodologica	4	
► Il Gruppo			
	1.1	Gruppo Lucart, la storia	8
		Lucart in sintesi 2021	16
		Risultati e obiettivi di miglioramento	18
	1.2	Stabilimenti del Gruppo	20
	1.3	Tipologia di carte prodotte e capacità produttiva	22
	1.4	Processo produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue	24
		Processo produttivo del prodotto cosmetico	26
	1.5	Organizzazione	28
	1.6	Aree di Business	30
	1.7	Vision e Mission	34
	1.8	Obiettivi	35
	1.9	Obiettivi di sviluppo sostenibile	36
	1.10	Catena del Valore	38
	1.11	Mappatura stakeholder e analisi di materialità	40
1.12	Certificazioni	48	
1.13	Gestione del rischio	50	
1.14	Circolarità e sostenibilità come leve strategiche di business	56	
► Le Persone			
	2.1	Codice etico	62
	2.2	Principi	63
	2.3	Modello di organizzazione	64
	2.4	Struttura del personale Lucart	65
	2.5	Salute e Sicurezza sul Lavoro	69
	2.6	Relazioni con gli stakeholder	72
	► L'Ambiente		
	3.1	Valutazione degli impatti ambientali	86
	3.2	Dichiarazione ambientale di prodotto (EPD®)	88
	3.3	Materie prime	92
	3.4	Risorse idriche	95
	3.5	Risorse energetiche	98
	3.6	Logistica	102
	3.7	Imballaggi	103
	3.8	Emissioni in atmosfera	105
	3.9	Gestione degli scarti	107
	3.10	Bilancio quantitativo finale	109
► Marketing e Comunicazione			
	4.1	Attività di comunicazione Corporate	112
	4.2	Attività di marketing e comunicazione Away from Home	118
	4.3	Attività di marketing e comunicazione Consumer	124
	4.4	Premi	130
	4.5	Partecipazioni a convegni	131
	4.6	Comunicazione web	132
	4.7	Fiere, Eventi e Sponsorizzazioni	133
	GRI Content Index	137	
	Relazione sull'esame limitato del Bilancio di Sostenibilità 2021	148	

IL GRUPPO

01

A decorative graphic consisting of several overlapping, wavy lines in shades of teal and green. The lines flow from the left side of the page, loop around the large number '01', and continue towards the right side. The lines have a slight 3D effect with white highlights and shadows.



**CI PRENDIAMO CURA DELLE PERSONE
CON SOLUZIONI GLOBALI PER L'IGIENE
E LA PROTEZIONE DEI PRODOTTI**

*Ci impegniamo a realizzare un modello di governance
etico ed efficace perchè vogliamo essere un punto di
riferimento sui temi della sostenibilità*



**OBIETTIVI DI
SVILUPPO
SOSTENIBILE
(SDGs)**

1.1

Gruppo Lucart, la storia



L'innovazione è l'attitudine che contraddistingue il Gruppo dalle origini e oggi si traduce in prodotti d'avanguardia, attraverso la creazione di soluzioni innovative per vivere meglio il futuro e rispondere alle nuove sfide del mercato.

► Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini

1953

La famiglia Pasquini è attiva nella produzione della carta ufficialmente dal 1953 quando i fratelli Alessandro, Eliseo, Fernando, Raffaello e Tarcisio fondarono la "Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini" in un piccolo paese sulle colline lucchesi chiamato Villa Basilica, ma erano attivi nel produrre carta già dagli anni '30 del secolo scorso. È una storia quella della famiglia Pasquini e di Lucart che si intreccia con quella del territorio, poiché proprio a Villa Basilica fra il 1830 e il 1840, il farmacista Stefano Franchi inventò un modo per produrre carta partendo dalla paglia, una materia reperibile in loco e disponibile in buone quantità.



1953

La produzione di carta paglia e carta per imballaggi, iniziata nel primo stabilimento dei fratelli Pasquini a Botticino e poi continuata nel "Cartierino" in località Biecina di Villa Basilica, verrà affinata nello stabilimento di Lucca situato nel centro città, dove la forza dell'acqua che movimentava le macine di pietra rappresentava l'affascinante processo produttivo dell'epoca.

Oggi parleremmo di economia circolare perché si utilizzava uno scarto dell'agricoltura come materia prima per l'industria manifatturiera. Proprio per questa ragione storica, anche se oggi non si usa più la paglia ma si usa la pura cellulosa o la carta da riciclare, in provincia di Lucca si è sviluppato un distretto fortemente attivo sia nella produzione di carta per imballo sia di carta per uso igienico sanitario.



► Prima macchina da carta PM1

1966

Nel 1966 le esigenze di crescita e di investimento portano i fratelli Pasquini a spostare la produzione dalla città alla piana di Lucca dove viene costruito lo stabilimento di Porcari, ancora oggi sede legale del Gruppo. Il nuovo stabilimento consente l'installazione della prima macchina da carta (PM1), una macchina che segna il primo importante salto tecnologico dell'Azienda. L'impianto, dedicato alla produzione di bobine jumbo monolucide per imballaggi flessibili, permette di decuplicare la produttività e di ampliare l'offerta con carte di alta grammatura.



1976

► Seconda macchina da carta PM2



Nel 1976, la crescente richiesta mondiale di carte per imballaggi flessibili, convince la famiglia a investire ancora nel sito di Porcari con l'installazione di una seconda macchina da carta (PM2). La linea resterà in produzione fino al 2018.

1983

► Terza macchina da carta PM3

A Porcari nel 1983 viene avviata la terza macchina da carta (PM3) per la produzione di carte veline, la cui lavorazione continua ancora oggi con grande successo e interesse nel mercato italiano e all'estero. Con l'installazione di questo impianto Cartiera Lucchese diventa leader in Europa per la produzione di carte veline e carte per imballaggi flessibili.



1987

► Avvio della produzione di carte tissue



È tempo di diversificare la produzione guardando al promettente settore delle carte per uso igienico e nel 1987 viene così avviata, sempre a Porcari, la quarta macchina da carta (PM4). Il Gruppo entra così nel mercato delle carte "tissue".

1988
1989

► Nasce lo stabilimento di Borgo a Mozzano e il brand Lucart

Il 1988 è un anno fondamentale nell'evoluzione dell'Azienda: grazie all'acquisto di un terreno di più di 240.000 m², il Gruppo può pensare in grande e progettare un sito completamente integrato dedicato al mercato delle carte tissue, dalla produzione della carta alla trasformazione in prodotto finito sia per il mercato Consumer sia per quello Away from Home, con una moderna cartotecnica. Nasce il brand Lucart.



► Installazione di due nuove macchine da carta



Il mercato delle carte tissue è in forte sviluppo e l'Azienda, nel nuovo sito di Borgo a Mozzano, avvia quasi contemporaneamente altre due macchine da carta, la PM5 e la PM6 alimentate da una nuova turbina in cogenerazione a gas metano, tecnologia già sperimentata con successo nello stabilimento di Porcari.

**1990
1991**

► Cartiera Lucchese France

Nel 1993 viene costituita Cartiera Lucchese France. Si tratta di una società commerciale che, oltre a gestire i clienti già acquisiti, ha il compito di preparare il terreno per produrre carta anche oltralpe.



1993

► Impianto di disinchiostrazione maceri a Borgo a Mozzano e PM7



Nel 1996 il Gruppo decide di differenziare l'offerta di carte tissue rispetto alla concorrenza e, sfruttando le tecnologie e le conoscenze acquisite con la lavorazione delle carte per imballaggi flessibili da maceri selezionati, inaugura una serie di impianti progettati appositamente per la disinchiostrazione dei maceri, la produzione di carta tissue riciclata di alta qualità e la depurazione delle acque reflue di processo. La nuova macchina da carta PM7 è in grado di produrre 60.000 tonnellate di carta riciclata e rigenerata all'anno.

1996

► Nasce EcoLucart

I nuovi impianti consentono al Gruppo di lanciare sul mercato italiano EcoLucart, una linea di prodotti assolutamente innovativa ed ecologica che utilizza come materia prima la carta riciclata e rigenerata e come involucro il Mater-Bi (materiale biodegradabile in amido di mais). Lucart è la prima azienda al mondo a sostituire l'imballo in plastica con uno in materiale rinnovabile completamente biodegradabile e compostabile sviluppato da Novamont.



1997

1998

► Il consolidamento in Europa



Il 1998 segna un momento importante per il Gruppo a livello europeo: è l'anno in cui si costituiscono Lucart Ibérica S.L.U., società commerciale per la gestione dei clienti iberici, e Lucart France S.a.s., a cui segue la realizzazione dello stabilimento di Troyes in Francia, con la produzione e trasformazione di carte tissue in cellulosa vergine per il settore Consumer.

2006

► La certificazione ambientale EMAS

Nel desiderio di impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale, lo stabilimento di Borgo a Mozzano richiede e ottiene la certificazione ambientale EMAS per la gestione delle prestazioni ambientali. Nello stesso anno viene lanciato Hygenius Toilet, il primo dispenser di carta igienica a taglio automatico.



2007

► Lucart entra nel mercato Ho.Re.Ca.



Per completare l'offerta sul mercato, nel 2007 il Gruppo acquisisce Fato, il brand di riferimento per il mercato Ho.Re.Ca. italiano, e i due stabilimenti produttivi in provincia di Treviso e Venezia. Nello stabilimento di Torre di Mosto viene concentrata la produzione di tovaglie e tovaglioli, decorati, colorati e personalizzati in carta tissue, airlaid e monolucida.

2008

► Nuova acquisizione in Francia

Il crescente interesse verso il mercato estero spinge il Gruppo ad acquisire nel 2008 un secondo stabilimento in Francia, a Laval sur Vologne - oggi Lucart S.a.s. - rilevando il ramo tissue di Novacare S.a.s., azienda francese con una capacità produttiva di 46.000 t/anno di carta tissue. La produzione dello stabilimento si integra perfettamente con il modello di business del Gruppo, essendo dedicato alla produzione di carta tissue riciclata e rigenerata.



► Nasce Lucart Group



Nel 2009 il nome Cartiera Lucchese Group lascia il posto a Lucart Group, per identificare tutte le aziende facenti capo a Cartiera Lucchese spa.

2009

► Fiberpack®: si parte!

Nel 2010 viene realizzato a Borgo a Mozzano un nuovo impianto - unico in Italia - per la produzione di carta ecologica al 100% derivante dal recupero delle fibre di cellulosa presenti nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Alla materia prima ecologica che costituisce questi nuovi prodotti viene dato il nome di Fiberpack®.

Con questo progetto, Lucart consolida il proprio impegno per la valorizzazione della sostenibilità ambientale e la salvaguardia dell'ambiente, attraverso una produzione innovativa ed esclusiva dal punto di vista tecnologico.



2010

► Nuovi brand e certificazioni



Nel 2011, a seguito del grande successo in Italia dell'impianto che utilizza cartoni per bevande tipo Tetra Pak®, ne viene realizzato uno analogo anche in Francia, nello stabilimento di Laval sur Vologne. Nello stesso anno, il Gruppo ottiene la certificazione BS OHSAS 18001 relativa al sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori. Sempre nel 2011 vengono lanciati i brand EcoNatural, per il mercato Away from Home, e Grazie Natural, destinato al mercato Consumer.

2011

► Acquisizione di Georgia Pacific Italia

Il 2012 è un anno di svolta per il Gruppo: con l'acquisizione di Georgia Pacific Italia srl, Lucart diventa proprietaria degli stabilimenti italiani di Castelnuovo di Garfagnana (LU) e Avigliano (PZ), oltre che della sede amministrativa di Genova, e acquisisce i marchi Tenderly e Tutto in Italia e nel mondo.



2012

2013

► Fusione in Lucart S.p.A.



Nel 2013 tutte le società italiane del Gruppo si fondono in un'unica società denominata Lucart S.p.A. Nello stesso anno avviene il rilancio dei brand Tenderly e Tutto.

2016

► L'ingresso in Ungheria

Nel 2016, ormai proiettato verso i mercati esteri, il Gruppo acquisisce la società Bokk Paper Kft. a Esztergom in Ungheria, la principale azienda indipendente ungherese nel mercato Away from Home dei prodotti in carta per l'igiene, oggi diventata Lucart Kft. Dopo due anni di lavoro, a settembre 2018 sarà inaugurato il nuovo stabilimento Lucart a Nyergesújfalu.



2017

► Il Centro Logistico di Altopascio



Nell'ambito di un piano di miglioramento ed efficientamento della logistica dell'intero Gruppo, Lucart acquisisce un'area di circa 24.000 m² di magazzini coperti a pochi passi dal casello autostradale di Altopascio.

Nel sito nasce un avveniristico Centro Logistico dedicato ai prodotti per il mercato Away from Home e collegato al sito di Borgo a Mozzano da un servizio continuo di navette ecologiche a LNG (Gas Naturale Liquido), dotate di sistema automatico di carico/scarico basato sulla tecnologia RFID.

2018

► L'investimento in Spagna

All'inizio del 2018 Lucart finalizza un investimento strategico nei Paesi Baschi, in Spagna, per rafforzare la propria posizione di mercato nella penisola iberica. Il Gruppo acquisisce tre stabilimenti del Gruppo spagnolo CEL Technologies & System nei pressi di Bilbao, dedicati alla produzione e alla trasformazione di carta tissue e alla produzione di saponi e detergenti per la persona, da utilizzare nel settore Away from Home.



► Avvio della macchina da carta PM12

A fine 2018, all'interno dello stabilimento Lucart di Porcari, è stata avviata con successo la nuova linea di produzione di carta tissue. La linea PM12 ha sostituito la macchina numero 2 che, dal 1976, ha prodotto carte monolucide destinate al mercato degli imballaggi flessibili di tutto il mondo.



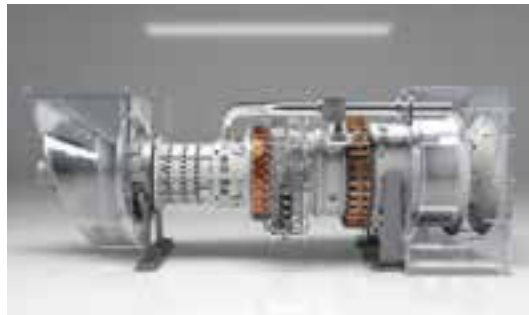
► Lancio imballo in carta

Nel 2019 Lucart compie l'ennesimo passo verso la sostenibilità realizzando per i prodotti delle linee Grazie Natural ed EcoNatural un packaging in carta riciclata e riciclabile prodotta nello stabilimento di Porcari.



► Nuovo impianto di cogenerazione

Alla fine del 2019 Lucart ha installato nello stabilimento di Borgo a Mozzano un innovativo impianto di cogenerazione con turbina a gas che rappresenta uno degli impianti più tecnologicamente avanzati per la produzione di energia elettrica e calore.



► Investimento nel Regno Unito



Con l'acquisizione di Essential Supply Products Ltd (ESP Ltd), poi rinominato Lucart Hygiene Ltd, il principale trasformatore indipendente del Regno Unito, Lucart rafforza la leadership nel mercato europeo dei prodotti per l'igiene Away from Home proseguendo il piano di sviluppo e internazionalizzazione del Gruppo.

► Impianto di granulazione

Con l'obiettivo di riutilizzare gli scarti di processo derivanti dal recupero dei cartoni per alimenti, Lucart ha installato nello stabilimento di Borgo a Mozzano un innovativo impianto in grado di ottenere un granulo plastico dal materiale omogeneo composto da polietilene e alluminio chiudendo così il ciclo della lavorazione dei poliaccoppiati.



2019

2021

2022

LUCART

in sintesi 2021

Il Gruppo



1.700
Persone impiegate



10
Stabilimenti produttivi



1
Centro Logistico



12
Macchine da carta

Produzione



SETTORE CARTA
396mila
Tonnellate/Anno capacità produttiva



SETTORE SKIN CARE
12 milioni
Litri/Anno capacità produttiva

Business Unit



AWAY FROM HOME



LUCART
PROFESSIONAL

FATO



{Velo}



CONSUMER



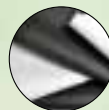
Tutto



BtoB



Carta tissue



Carta monolucida



Carta airlaid

1.700 persone lavorano in **11 stabilimenti**
 con **12 macchine da carta** e una capacità produttiva
 di **396.000 tonnellate/anno**.

I prodotti in carta vengono distribuiti in più di **70 paesi nel mondo**
 da **3 Business Unit** e generano un fatturato di più di **540 milioni di euro**.

Il processo crea valore condiviso
 per tutti gli stakeholder.

Fatturato



Paesi serviti



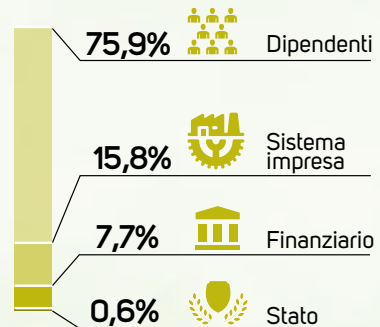
Valore creato per gli Stakeholder



118,22 € mln
 Valore aggiunto globale lordo

I dati finanziari relativi al prospetto del valore economico generato e distribuito sono relativi alla Capogruppo Pasfin Spa.

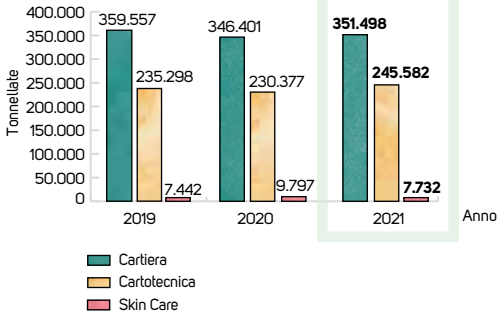
Distribuito tra:



Risultati e obiettivi di miglioramento



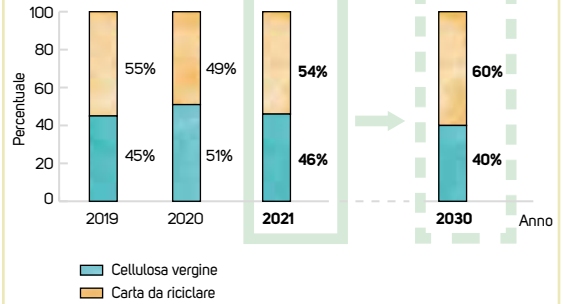
Produzione totale



Materie prime



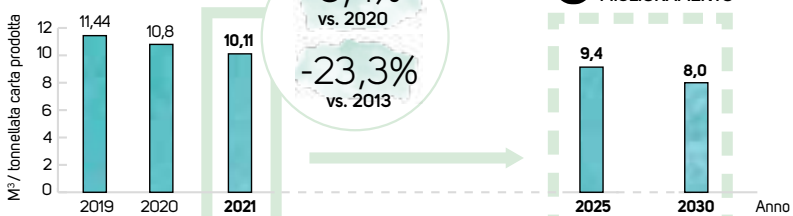
OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO



Risorse idriche



CONSUMO IDRICO SPECIFICO*



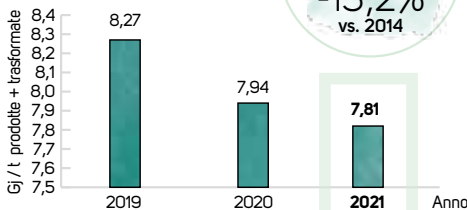
* I dati riportati non riguardano il prelievo idrico per lo skin care.



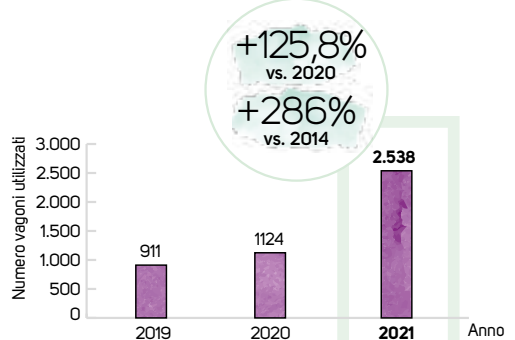
Risorse energetiche



CONSUMO ENERGIA SPECIFICO



Movimentazione su rotaia

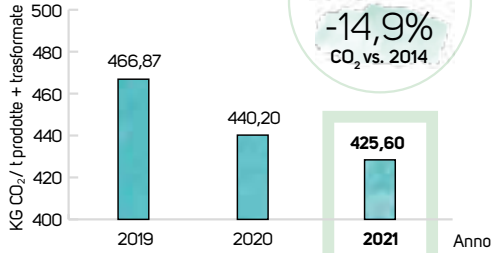




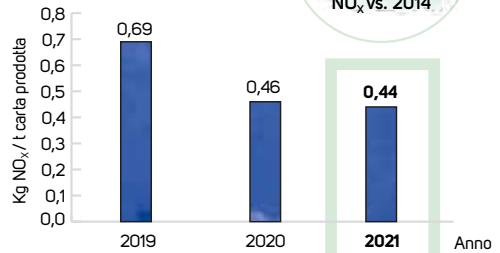
Emissioni in atmosfera



EMISSIONI SPECIFICHE CO₂ (INTENSITA')



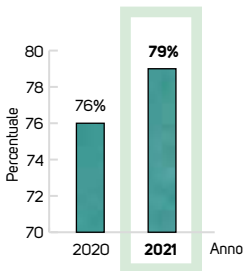
EMISSIONI SPECIFICHE NO_x (INTENSITA')



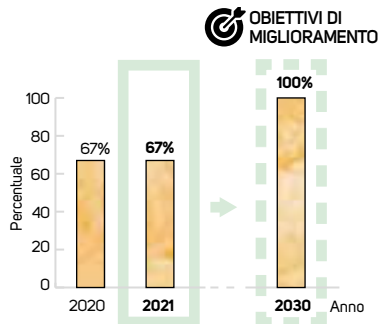
Imballaggi



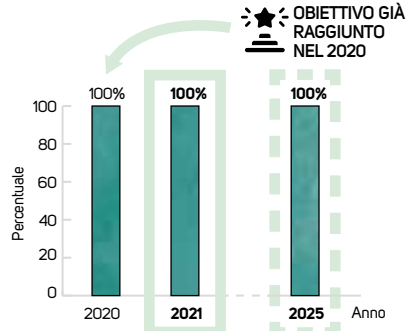
RINNOVABILI



RICICLATI E/O COMPOSTABILI



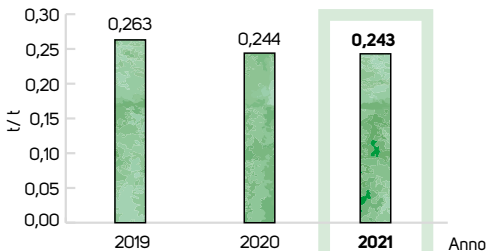
RICICLABILI E/O COMPOSTABILI



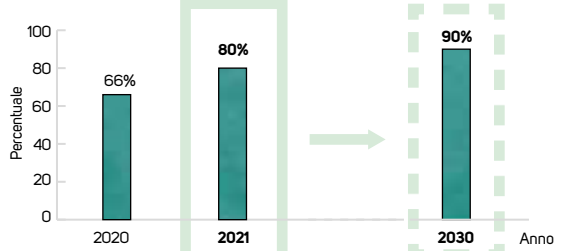
Rifiuti



RIFIUTI PRODOTTI / T DI CARTA PRODOTTA



RIFIUTI RECUPERATI



1.2

Stabilimenti del Gruppo

al 31 marzo 2022

BLACKMORE PARK (Regno Unito)

Lucart Hygiene Ltd.

Stabilimento di sola trasformazione, acquisito a partire dal 1° marzo 2021, dedicato principalmente alla produzione di articoli in carta tissue per l'igiene per il settore Away from Home.



Linee di trasformazione 5

ARTZINIEGA (Spagna)

Lucart Tissue & Soap S.L.U.

Stabilimento dedicato ai prodotti per l'igiene. Trasforma le bobine jumbo in carta tissue prodotte nello stabilimento di Aranguren in prodotti finiti e realizza prodotti cosmetici quali saponi, detergenti e sanitizzanti per il mercato Away from Home.



Linee di trasformazione carta 4 Linee skin care 3

ARANGUREN (Spagna)

Lucart Tissue & Soap S.L.U.

Stabilimento di sola cartiera per la produzione di carta tissue in bobina jumbo da cellulosa vergine e da carta da riciclare.



Macchine da carta 2

CASTELNUOVO DI GARFAGNANA (LU)

Lucart S.p.A.

Stabilimento integrato con un reparto di cartiera e uno di cartotecnica dedicati principalmente alla produzione degli articoli a marchio Tenderly e Tutto.



Macchine da carta 1 Linee di trasformazione 4

BORGO A MOZZANO - DIECIMO (LU)

Lucart S.p.A.

Il più grande stabilimento integrato del Gruppo, produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa vergine e da carta da riciclare a proprio marchio e per la grande distribuzione. È il punto di riferimento in Italia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®. È dotato anche di un granulatore per il completo recupero del polietilene e dell'alluminio presenti nei cartoni per bevande.



Macchine da carta 3 Linee di trasformazione 19

LAVAL SUR VOLOGNE (Francia)

Lucart S.a.s.



Situato nel dipartimento dei Vosgi, lo stabilimento produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa e carta da riciclare. Il sito è il punto di riferimento in Francia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®.

Macchine da carta 2 *Linee di trasformazione* 9



FRANCOFORTE (Germania)

Uffici commerciali



NYERGESÚJFALU (Ungheria)

Lucart Kft.



Stabilimento di sola trasformazione dedicato alla produzione di articoli per il settore Away from Home specializzato nel servizio dei mercati del centro e dell'est Europa.

Linee di trasformazione 5



TORRE DI MOSTO (VE)

Lucart S.p.A.



Stabilimento di sola trasformazione dedicato al brand Fato, il brand leader in Italia per l'apparecchiatura della tavola. Realizza prodotti in carta stampati, decorati e personalizzati, destinati principalmente al mercato Ho.Re.Ca.

Linee di trasformazione 17



AVIGLIANO (PZ)

Lucart S.p.A.



Stabilimento integrato per la produzione e la trasformazione della carta airlaid. La carta airlaid si distingue per l'innovativa tecnologia di produzione che non utilizza acqua nel processo produttivo e viene utilizzata per la realizzazione di prodotti super-assorbenti.

Macchine da carta 1 *Linee di trasformazione* 4



ALTOPASCIO (LU)

Lucart S.p.A.



Centro Logistico automatizzato dedicato ai prodotti Away from Home. Situato nei pressi dell'Autostrada A11 Firenze-Mare, si estende su una superficie di più di 24.000 m².

Centro logistico



PORCARI (LU)

Lucart S.p.A. (Headquarter)



Quartier Generale del Gruppo, attivo dal 1966, produce bobine jumbo di carta tissue bianca e colorata e carta monolucida per imballaggi flessibili da pura cellulosa vergine, carta da riciclare e mix delle due.

Macchine da carta 3



1.3

Tipologia di carte prodotte e capacità produttiva

Negli stabilimenti del Gruppo vengono prodotte tre diverse tipologie di carte: carta tissue, carta airlaid, carta monolucida.

► Capacità produttiva settore carta

Il Gruppo al 31 marzo 2022 ha una capacità produttiva complessiva di circa 396.000 tonnellate di carta, così distribuite:



LINEA	SOCIETÀ	STABILIMENTO	CAPACITÀ PRODUTTIVA (t)			TOT.
			Tissue	Monolucida	Airlaid	
PM3	Lucart S.p.A.	Porcari		50.000		
PM4	Lucart S.p.A.	Porcari	25.000			
PM5	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM6	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM7	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	60.000			
PM9	Lucart S.a.s.	Laval sur Vologne	23.000			
PM10	Lucart S.a.s.	Laval sur Vologne	38.000			
PM11	Lucart S.p.A.	Castelnuovo di Garfagnana	50.000			
PM12	Lucart S.p.A.	Porcari	35.000			
PM13	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
PM14	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
AM01	Lucart S.p.A.	Avigliano			15.000	
TOT.			331.000	50.000	15.000	396.000

► Capacità produttiva settore skin care

Nello stabilimento di Artziniega sono presenti due linee di produzione in grado di realizzare prodotti cosmetici per il settore Away from Home quali saponi, detersivi e sanificanti. La capacità produttiva è di circa 12 Milioni di Litri/anno.





Carta tissue



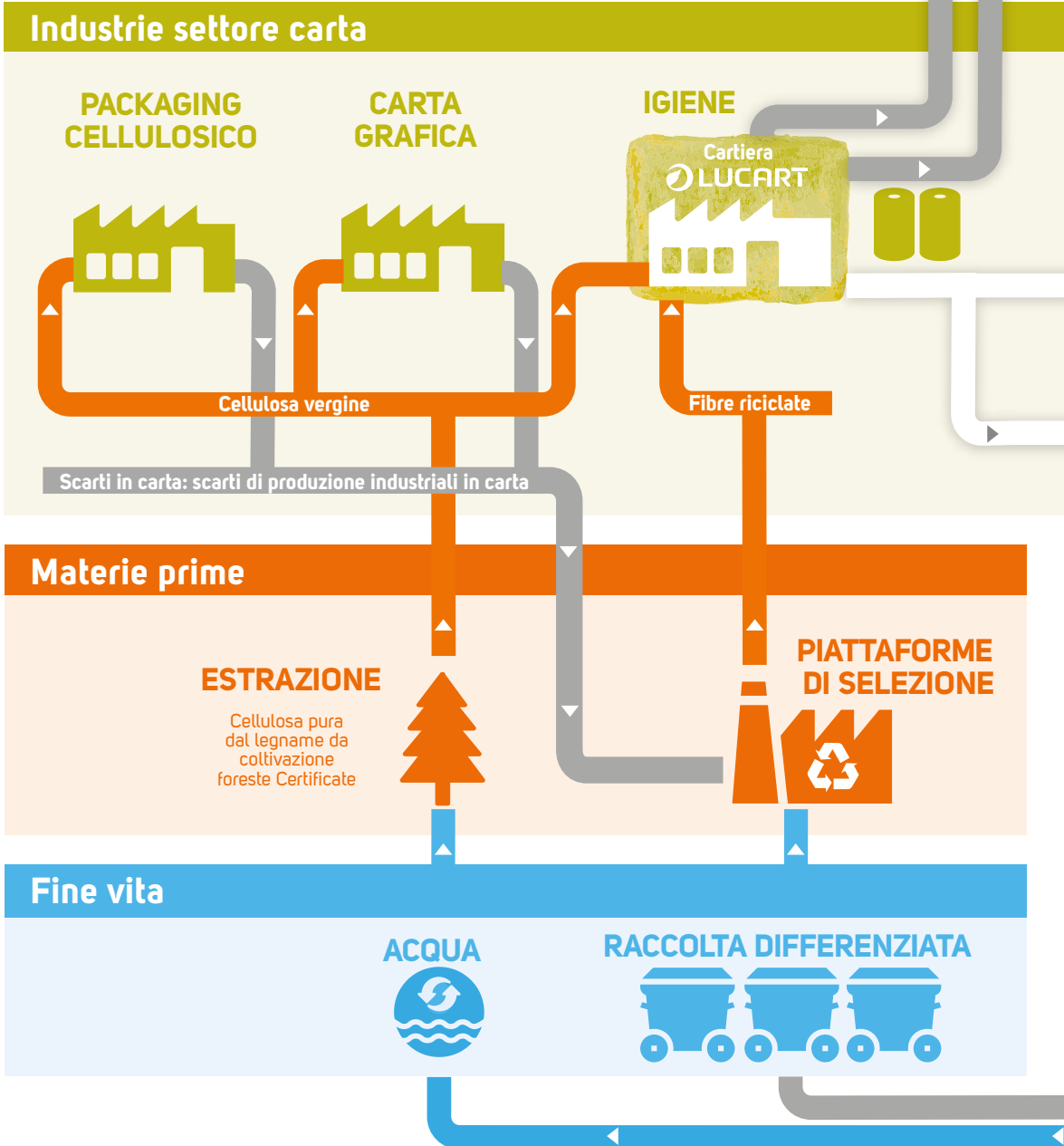
Carta airlaid



Carta monolucida

1.4

Processo produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue



Scarti



RECUPERO

SMALTIMENTO



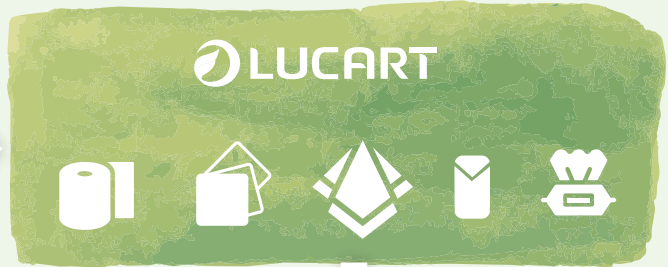
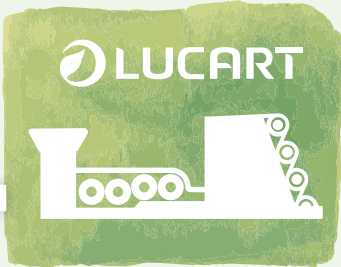
Fanghi: fibre di scarto e sostanze inerti

Scarto pulper: residui di plastica, legno, metallo

Produzione

CARTOTECNICA

PRODOTTI



Distribuzione



Uso

CONSUMI DOMESTICI

CONSUMI PROFESSIONALI

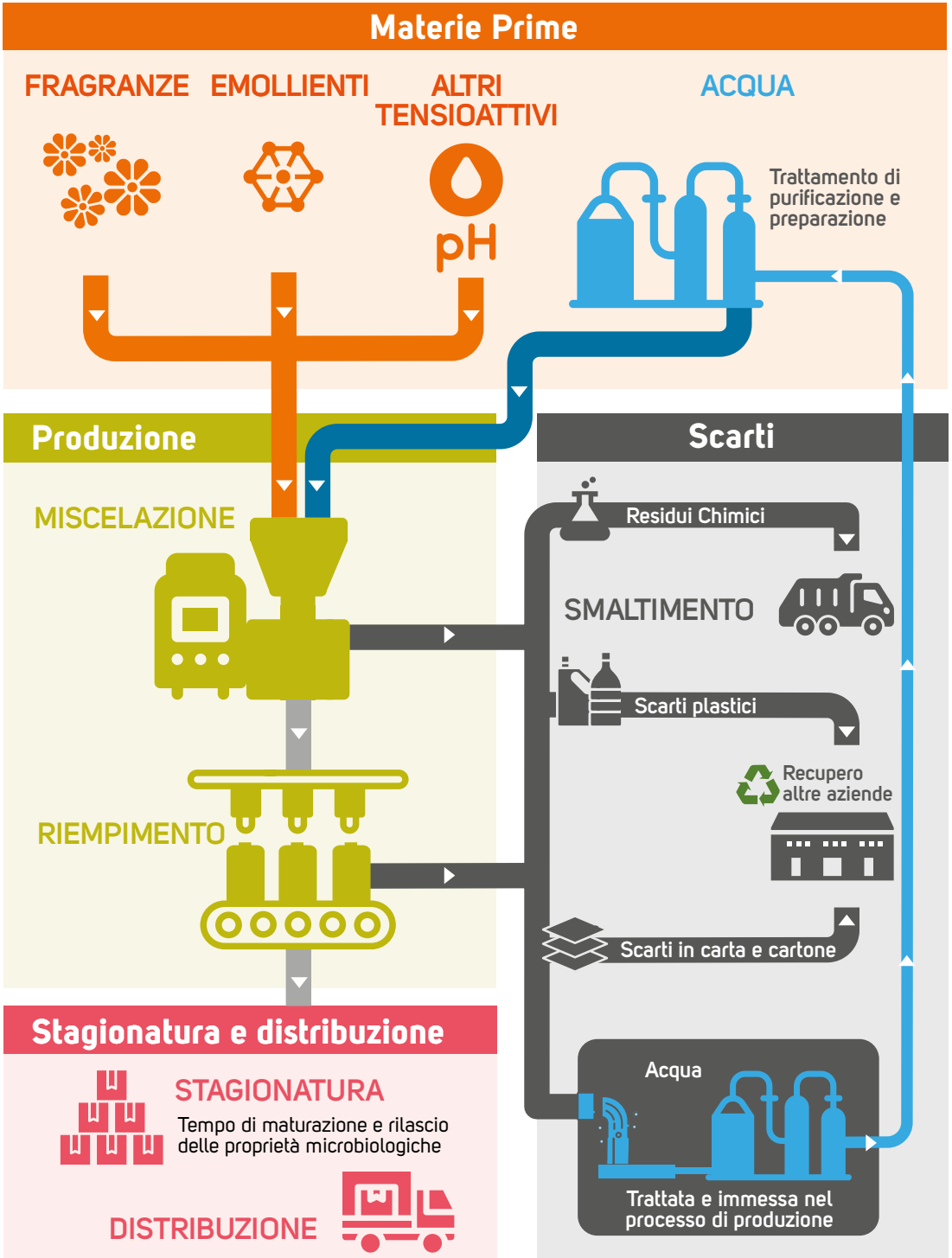


Industrie - Hotel - Scuole
Ristoranti - Bar - Musei
Istituzioni - Grandi eventi
Ospedali - Gelaterie - Uffici

Scarti da consumi domestici e professionali

Scarichi acqua

Processo produttivo del prodotto cosmetico



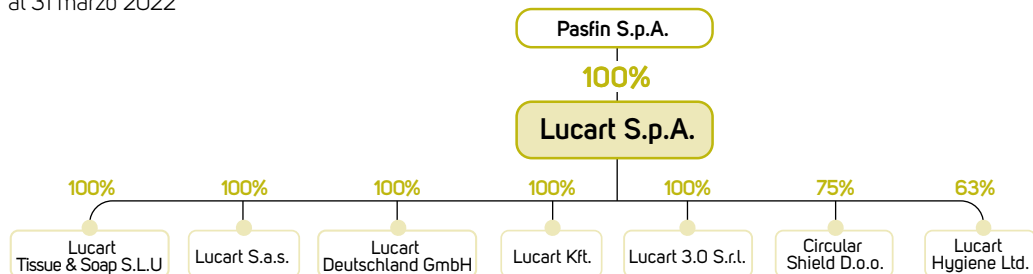


1.5

Organizzazione

Composizione societaria del Gruppo e rapporti di partecipazione

al 31 marzo 2022



Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A., la società operativa alla guida del Gruppo Lucart con sede a Porcari (LU), è nominato dall'Assemblea dei Soci ed è

composto da 6 membri¹ che hanno le competenze necessarie per una gestione responsabile dell'Azienda nel rispetto del piano strategico da essi stessi redatto e presentato

all'Assemblea dei Soci. I consiglieri non esecutivi sono in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148 comma 3 del D.Lgs. 58/1998.

Massimo Pasquini
Presidente e Amministratore Delegato
 65 anni - Esecutivo

Sandro Pasquini
Consigliere - 54 anni - Esecutivo

Alessandro Pasquini
Consigliere - 45 anni - Esecutivo

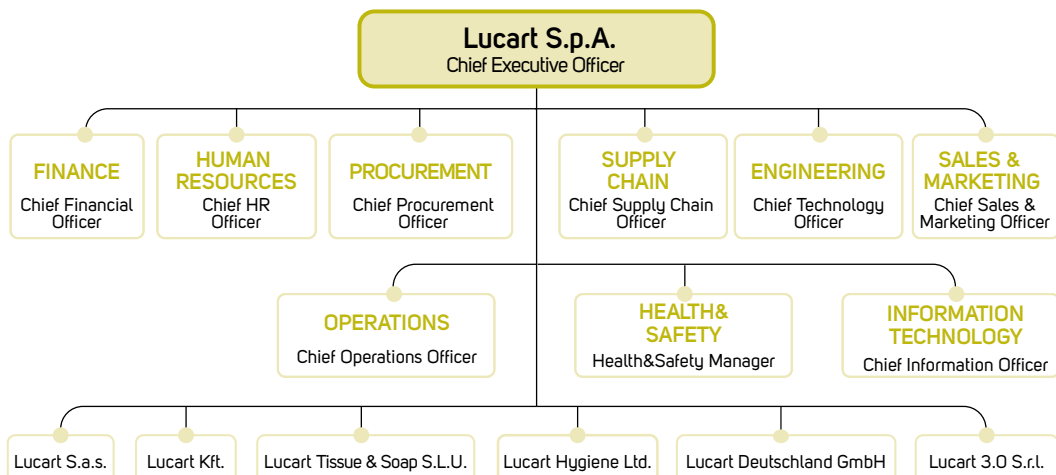
Francesco Pasquini
Consigliere - 42 anni - Esecutivo

Massimo Innocenti
Consigliere - 59 anni - Non esecutivo

Guido Carissimo
Consigliere - 66 anni - Non esecutivo

Il CdA di Lucart S.p.A. è affiancato da un **Collegio Sindacale** composto da tre professionisti.

Organigramma

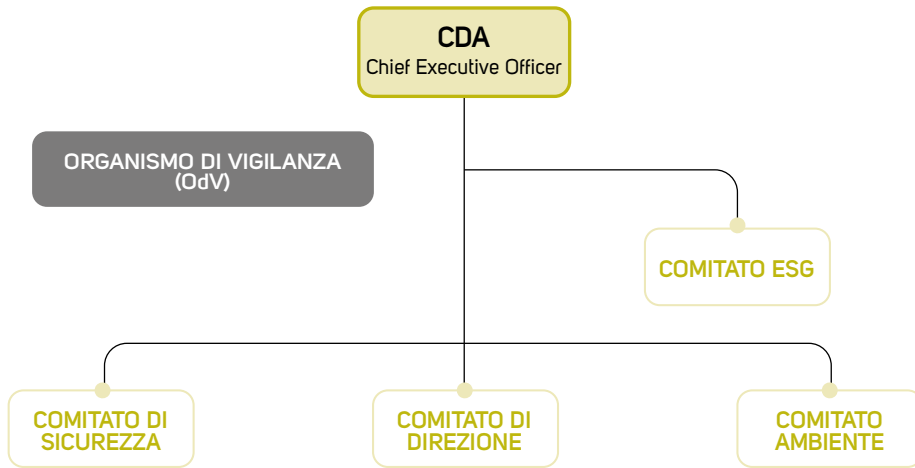


¹ Il Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. è composto da 6 uomini: il 33% di età compresa fra 30 e 50 anni e il 67% di età superiore a 50 anni.

Comitati

Al fine di gestire con la maggiore efficacia possibile le attività operative di Lucart S.p.A. e l'implementazione degli indirizzi strategici aziendali sono stati istituiti i seguenti comitati:

- ▶ **Il Comitato ESG (Environmental, Social, Governance)** è presieduto dall'Amministratore Delegato e ha il compito di supportare i processi di business legati alla sostenibilità e all'economia circolare, e di allinearli agli obiettivi strategici del Gruppo.
- ▶ **Il Comitato di Direzione** si riunisce ogni due settimane e ha il compito di coordinare le attività operative di Lucart per il raggiungimento della massima efficacia.
- ▶ **I Comitati Ambiente e Sicurezza** hanno il compito di assicurare l'implementazione dei requisiti ambientali e di sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti e gli ambienti di lavoro del Gruppo.



Organismo di Vigilanza

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Organismo di Vigilanza (OdV), cui è stato affidato il compito di vigilare sul corretto funzionamento del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo, sull'efficacia dello stesso e sulla necessità di curarne l'aggiornamento. Il Modello è stato introdotto al fine di prevenire la

responsabilità della società ai sensi del decreto legislativo 231/2001.

Il Presidente dell'Organismo di Vigilanza e gli altri membri sono stati scelti per le particolari competenze in materia di responsabilità amministrativa degli enti, dei processi aziendali, di corporate governance e in materia di ambiente e sicurezza.

L'OdV per gestire in autonomia le attività, è dotato di un proprio budget di spesa, predispone un piano di attività e riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. L'OdV, inoltre, ha un regolare scambio di informazioni con il Collegio Sindacale e con la Società di revisione.

Comitato di Crisi Covid-19

A marzo 2020 è stato convocato il Comitato di Crisi al fine di porre in essere tutte le misure necessarie per un efficace contrasto alla

diffusione del Covid-19 e a garantire la continuità in sicurezza della produzione. Il Comitato, presieduto dall'Amministratore Delegato, si

è regolarmente riunito anche nel corso del 2021 seguendo l'evolversi della crisi pandemica.

1.6

Aree di Business

L'area Sales & Marketing è organizzata in 3 business unit: Away from Home, Consumer e Business to Business. Nel 2021 i prodotti del Gruppo hanno soddisfatto le esigenze di partner commerciali e utilizzatori finali in più di 70 Paesi del mondo.

► Aree di Business



Away from Home

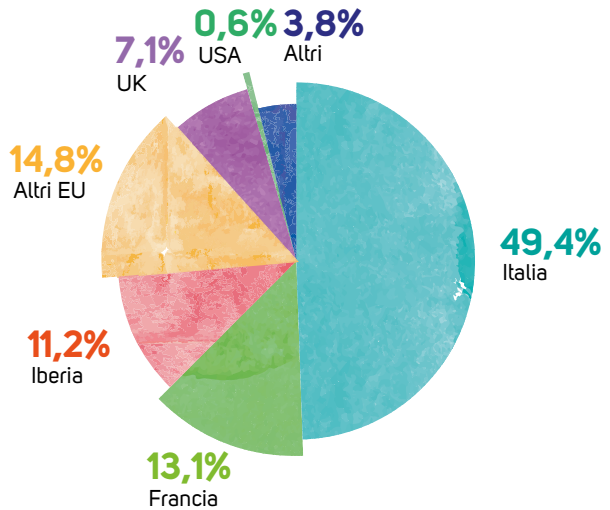


Consumer

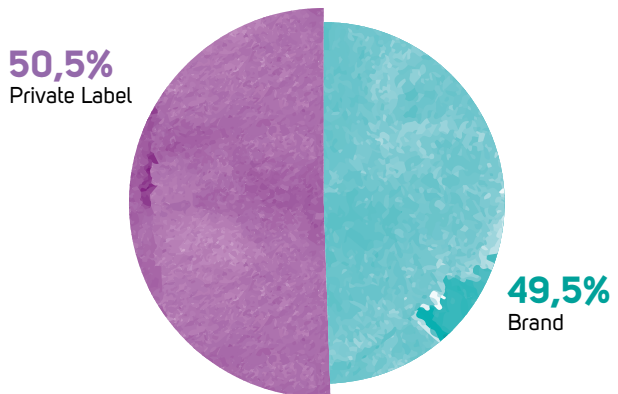


Business to Business

► Ripartizione % dei ricavi per area geografica



► Ripartizione % delle vendite (a valore) per brand/private label Gruppo





Business unit Away from Home

La divisione AFH propone soluzioni innovative per l'igiene composte da prodotti dispensati realizzati in carta tissue, ottenuta con fibre vergini, riciclate e rigenerate, e in carta a secco "airlaid", che utilizza l'aria nel processo di lavorazione delle fibre di cellulosa, sistemi di dispensazione, saponi e soluzioni per l'igienizzazione delle mani.

I brand della divisione si pongono quali partner per gli operatori del settore garantendo la massima qualità del servizio nella piena soddisfazione dell'utente finale.



► Lucart Professional

Brand leader in Italia e in forte espansione nei mercati esteri, offre un'ampia scelta di prodotti tissue e airlaid, come anche innovativi sistemi di dispensazione. Una gamma completa di referenze che spaziano dagli strofinacci agli asciugamani, dalla carta igienica ai lenzuolini medici, ecc. per tutti gli utilizzi professionali. Lucart Professional si posiziona come brand innovativo in grado di portare nei settori Away from Home una sostenibilità concreta.



► Fato

Lo stile e la ricercatezza impreziosiscono i prodotti tissue e airlaid per l'apparecchiatura della tavola. L'artigianalità sartoriale del Made in Italy consente la creazione di prodotti unici e personalizzati per il settore Ho.Re.Ca.



► Tenderly Professional

Brand di sistemi di dispensazione e prodotti tissue e airlaid per il settore Away from Home, vanta una lunga storia di affidabilità ed esperienza nello sviluppo di prodotti che garantiscono performance eccellenti in ogni contesto.



► Velo

Un abbinamento di carte certificate ecologiche e sistemi di dispensazione, imbattibili nella riduzione dei consumi, distribuito da selezionati concessionari su tutto il territorio italiano. Il brand Velo è garanzia di qualità, professionalità e servizio nel mercato Away from Home.



Business unit Consumer

La divisione Consumer posiziona Lucart fra i principali attori a livello italiano e partner della Grande Distribuzione Organizzata europea sia per prodotti in pura cellulosa sia in carta riciclata.

I nostri brand accompagnano ogni giorno la vita di milioni di persone: prodotti in carta tissue e carta airlaid come carta igienica, carta casa, tovaglioli e fazzoletti.



► Tenderly

Tra i brand leader del mercato italiano, da decenni soddisfa le esigenze dei consumatori proponendo una gamma completa di prodotti di altissima qualità in pura cellulosa certificati FSC®.



► Tutto

Brand specializzato nella cura della casa e l'unico, nel mercato di riferimento, a offrire prodotti realizzati in airlaid dalle eccezionali performance di assorbenza e resistenza in grado di essere riutilizzati più volte, sia asciutti sia bagnati.



► Grazie Natural

Brand leader nel segmento ecologico, rappresenta la prima linea di prodotti tissue destinata al mercato Consumer realizzata attraverso il riciclo delle fibre di cellulosa contenute nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Tutti i prodotti della linea Grazie Natural sono certificati Ecolabel e FSC® Recycled.



► Smile

Linea completa di prodotti in pura cellulosa, in carta riciclata o un mix delle due, tutti certificati PEFC™.



Business unit Business to Business

La divisione BtoB propone al mercato bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche, garantendo qualità e costanza del prodotto nel tempo, alto livello di servizio e affidabilità verso la clientela. Le principali tipologie di carte prodotte negli stabilimenti del Gruppo:



▶ Carta tissue

Carte bianche e colorate realizzate utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinate a essere trasformate in prodotti in carta per l'igiene come asciugatutto, carta igienica, asciugamani, tovaglioli, fazzoletti, strofinacci e lenzuolini medici.



▶ Carta airlaid

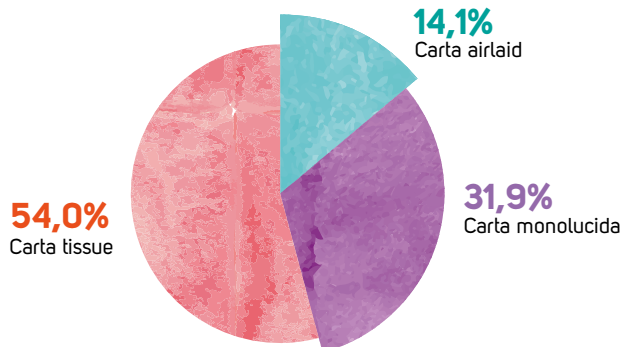
Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo di produzione che non prevede l'utilizzo dell'acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente e può essere riutilizzata più volte. Le bobine jumbo sono destinate ad altre aziende cartotecniche per essere usate nella produzione di assorbenti, salviettine umidificate, imballaggi speciali, tovaglioli, tovaglie, asciugatutto e strofinacci.



▶ Carta monolucida

Carta realizzata utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinata ad altre industrie cartotecniche produttrici di sacchetti, carta regalo, carte accoppiate a polietilene o alluminio, tovaglie e altri imballaggi.

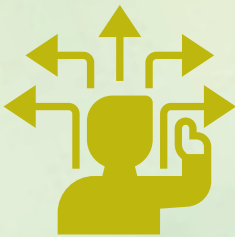
▶ Ripartizione % delle vendite (a valore) BtoB per tipologia di carta



1.7

Vision e Mission

Vision



Ci impegniamo a realizzare modelli di business circolari per rigenerare e accrescere i capitali naturali, sociali ed economici, perché vogliamo condividere un futuro sostenibile con i nostri stakeholder.

Mission



Ci prendiamo cura delle persone e degli ambienti in cui vivono e lavorano con soluzioni per l'igiene e la protezione dei prodotti.

La sostenibilità è l'elemento che ispira le nostre innovazioni e le relazioni con i nostri stakeholder per la costruzione di un futuro migliore.

1.8

Obiettivi

La strategia di sviluppo di Lucart si basa su una Mission che pone al centro le persone e le loro esigenze, perseguendo dei sani valori etici e imprenditoriali che accompagnano il Gruppo in tutte le scelte strategiche.

Sostenibilità



CREARE PRODOTTI DI QUALITÀ RISPETTANDO LE RISORSE DELL'AMBIENTE E IL FUTURO DELLE PERSONE.

Questa è la sostenibilità per Lucart. Un principio che ha da sempre ispirato il nostro operato, al quale si affiancano gli altri valori fondanti del Gruppo.

Qualità



NON È SOLO L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI, MA LA CULTURA DELLA NOSTRA AZIENDA.

Uno spirito che si traduce nel valore del servizio, nella trasparenza dei rapporti, nel rispetto delle persone, nella volontà di migliorare.

Innovazione



IMMAGINARE IL FUTURO E CREARE SOLUZIONI PER VIVERLO MEGLIO.

Un'attitudine che ci contraddistingue dalle nostre origini e che oggi si traduce in prodotti d'avanguardia per rispondere alle nuove sfide del mercato.

Redditività



SODDISFARE LE PERSONE, CONSOLIDARE IL GRUPPO.

La nostra promessa è creare valore per tutti gli stakeholder e rafforzare il Gruppo per garantire anche domani i risultati di oggi.

1.9

Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Il 25 settembre 2015, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha approvato l'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile, che include 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) validi per il periodo 2016 - 2030. Gli SDGs rappresentano il percorso più concreto per la costruzione di un mondo più inclusivo, equo e rispettoso dell'ambiente.



La strategia di sostenibilità di Lucart si integra perfettamente all'interno del quadro di azione delineato dagli SDGs. A conferma di tale scelta nel 2020 Lucart ha ufficialmente aderito al Global Compact Network Italia delle Nazioni Unite. Dopo una riflessione interna per identificare il contributo dell'Azienda al raggiungimento dei 17 obiettivi, sono stati scelti i seguenti obiettivi prioritari:

Salute e benessere

La salute e il benessere dei propri lavoratori, dei cittadini e dei clienti sono tenuti nella massima considerazione nelle azioni che quotidianamente Lucart mette in atto per proporre prodotti sicuri per le persone e per l'ambiente.

Lucart pone la massima attenzione nella formazione del personale, nella scelta delle attrezzature e degli impianti e nell'organizzazione che costituiscono la base per garantire la salute e la sicurezza dei lavoratori.



Istruzione di qualità

Lucart porta la cultura della sostenibilità nelle scuole e favorisce le attività di alternanza scuola-lavoro nelle proprie sedi. Sostiene l'Università e la ricerca scientifica con collaborazioni tese allo studio di soluzioni per il riutilizzo degli scarti, la misurazione del ciclo di vita dei prodotti e l'ideazione di nuovi modelli di business circolari.



Acqua pulita e servizi igienico sanitari

L'acqua è un bene prezioso e dalla disponibilità limitata. Il processo di fabbricazione della carta richiede ingenti quantità di acqua, per questo motivo Lucart è ben consapevole che l'uso di questa risorsa per finalità industriali deve essere responsabile e deve garantire i minori consumi e la qualità e la pulizia delle acque al termine del processo produttivo.

Lucart effettua continui controlli sulle acque di processo e sulle acque reflue e investe nelle migliori tecnologie al fine di ridurre i consumi.



Energia pulita e accessibile

I consumi energetici legati alla produzione della carta sono rilevanti ed è per questo che fin dagli anni '80 Lucart ha deciso di investire nelle più sofisticate tecnologie per produrre energia elettrica, calore e vapore da utilizzare nel processo produttivo. La tecnologia più adatta al settore, in grado di garantire la più alta efficienza, la costanza produttiva e l'abbattimento delle emissioni, è l'utilizzo delle turbine a gas metano in cogenerazione. Ove possibile ed energeticamente coerente con i fabbisogni energetici degli stabilimenti vengono anche utilizzati impianti fotovoltaici.



Consumo e produzione responsabili

Attraverso la ricerca e l'innovazione continua di processo, di prodotto e di modelli di business, Lucart ha sempre voluto anticipare i tempi e proporre tecnologie e carte in grado di migliorare la vita dei lavoratori e dei consumatori, rispettando l'ambiente. Non a caso è stata la prima azienda in Italia a lanciare sul mercato una linea di prodotti per l'igiene in carta riciclata e con imballo biodegradabile in Mater-Bi.



Lotta contro il cambiamento climatico

Il cambiamento climatico è probabilmente la minaccia più grande che dovremo affrontare in questi anni. Lucart predispone dei piani per ridurre le proprie emissioni di CO₂ per tonnellata di carta prodotta. La scelta di privilegiare la produzione di carta riciclata ha notevoli vantaggi per l'ambiente in quanto riduce le emissioni di CO₂ di circa il 16% a parità di carta prodotta¹.

¹Studio effettuato con metodologia EPD® considerando l'intero ciclo di vita di due carte igieniche Lucart, una in pura cellulosa e una in carta riciclata: <http://www.environdec.com/en/Detail/epd1491>



Vita sulla terra

L'ecosistema terrestre deve essere protetto e dobbiamo tutelare le risorse finite che utilizziamo. Per questo motivo valutiamo con grande attenzione la sostenibilità delle materie prime che impieghiamo, siano esse pure cellulose o carte da riciclare. Tutte le cellulose che utilizziamo provengono da foreste con catena di custodia certificata con schemi di certificazione come FSC® e PEFC™. L'uso di carta da riciclare per la produzione di carta tissue diminuisce il ricorso a cellulose estratte dal legno e contribuisce alla salvaguardia della biodiversità.



Partnership per gli obiettivi

Lucart è fortemente impegnata nell'applicazione di modelli di business circolari e favorisce quindi le partnership di lungo periodo con enti, aziende e istituzioni che condividono gli stessi valori e obiettivi. Come dimostra il Progetto Natural, l'economia circolare può funzionare solo attraverso la condivisione di progetti e azioni coordinate da parte di singoli cittadini, istituzioni e aziende.



1.10

Catena del Valore



Materie prime sostenibili

Scegliamo con cura le materie prime, utilizziamo solo fibre recuperate e cellulose provenienti da filiere gestite secondo riconosciuti criteri di sostenibilità.



Partnership

Favoriamo vere e proprie partnership con i nostri fornitori, con i clienti e con le associazioni. Una continua e duratura collaborazione, infatti, è indispensabile per sviluppare nuove soluzioni innovative e sostenibili.



Educazione e ricerca

Portiamo la cultura della sostenibilità nelle scuole, perché siamo convinti che solo l'attiva collaborazione fra impresa e cittadini possa garantire lo sviluppo di una società sostenibile. I nostri prodotti devono ispirare i consumatori a uno stile di vita consapevole e sostenibile. Sosteniamo l'Università e la ricerca scientifica.



IL NOSTRO
OBIETTIVO È
LA CREAZIONE
DI VALORE PER
TUTTI I NOSTRI
STAKEHOLDER



Autoproduzione di energia e calore

Autoproduciamo gran parte dell'energia utilizzata nel processo produttivo con turbine in cogenerazione a gas metano ad alta efficienza e favorendo le energie alternative.



Sistemi di gestione integrati

Garantiamo la qualità, l'igiene, il rispetto dell'ambiente e la sicurezza dei lavoratori implementando la cultura del miglioramento continuo e adottando sistemi di gestione integrati.



Produzione sostenibile

Minimizziamo gli sprechi e riutilizziamo gli scarti di produzione con soluzioni all'avanguardia.

Rispettiamo le Procedure previste dai nostri sistemi di gestione per garantire ai clienti e agli utilizzatori finali la qualità, la sicurezza e l'idoneità all'uso dei nostri prodotti.

Favoriamo l'utilizzo di packaging sostenibile impiegando materiali riciclati e riciclabili o compostabili.



Mobilità sostenibile

Favoriamo soluzioni di mobilità sostenibile come il trasporto su rotaia sia delle materie prime sia del prodotto finito ove possibile.



1.11

Mappatura stakeholder e Analisi di Materialità

Lucart, con il supporto metodologico di Deloitte, ha mappato e valutato le tematiche di maggiore rilevanza per stakeholder e Azienda, attraverso la cosiddetta Analisi di Materialità.



La metodologia adottata ha tenuto in considerazione numerosi e autorevoli standard internazionali, come quelli stabiliti dalle Linee Guida del Global Reporting Initiative (GRI-Standards).

In particolare, per il presente Rapporto di Sostenibilità, Lucart ha voluto porre il proprio impegno nel seguire le migliori best-practice in materia di Stakeholder Engagement. A tal proposito, attraverso il coinvolgimento del Top Management e la somministrazione di uno specifico questionario, sono state:



identificate le **categorie di stakeholder** rilevanti per l'Azienda



assegnate delle **priorità agli stakeholder** sulla base della loro rilevanza per l'Azienda in termini di dipendenza, responsabilità, influenza, tensione, diversità prospettica



identificate le **tematiche** potenzialmente **rilevanti** per stakeholder e Azienda



valutate le **priorità** che gli stakeholder e l'Azienda assegnano **ai diversi temi**

Successivamente, in base ai risultati è stata definita una mappatura degli stakeholder, utile a definire quelli che sono i portatori d'interesse maggiormente rilevanti per il Gruppo e strategicamente importanti per la definizione della Matrice di Materialità.

Principali tipologie e canali di comunicazione con gli stakeholder

I canali di informazione con i diversi stakeholder hanno periodicità di aggiornamento diverse che possono essere settimanali per il sito web e i social network, mensili o trimestrali per alcuni incontri su temi specifici con le organizzazioni sindacali o annuali per survey, visite guidate negli stabilimenti, open day, convention agenti.

Nel 2021 a causa delle restrizioni dovute alla pandemia da Covid-19, sono stati utilizzati prevalentemente i canali digitali per le comunicazioni con gli stakeholder.



Piano di Comunicazione

TIPO STAKEHOLDER E TEMATICHE MATERIALI	MEZZO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITÀ	FREQUENZA	TIPO VERIFICA
<p>► Clienti e consumatori finali</p> <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Sviluppo sostenibile del prodotto ► Approvvigionamento responsabile ► Sicurezza del Prodotto ► Soddisfazione dei clienti 	Newsletter	► Direzione Commerciale	Mensile	Analytics
	Convention	► Direzione Marketing	Annuale	Q&A
	Incontri	► Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	Survey	► Direzione Marketing ► Direzione Commerciale	Annuale	Analytics
	Sito Web	► Direzione Marketing ► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Agenti	► Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	App Mobile	► Direzione Marketing	Continua	Analytics
	Social Network	► Direzione Marketing ► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Visite Guidate Stabilimento	► Direzione Commerciale ► Comunicazione Corporate	Annuale	N. Visitatori
	Comunicati Stampa	► Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Fiere	► Direzione Commerciale ► Direzione Marketing e ► Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Numero Verde	► Direzione Marketing	Continua	N° Chiamate
	Packaging Prodotto	► Direzione Marketing	Continua	–
	Cataloghi	► Direzione Marketing	Annuale	–
	Comunicazioni Commerciali	► Direzione Marketing	Varia	–
	Certificazioni	► Direzione Q&E	Continua	–
Rapporto di Sostenibilità	► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download	
<p>► Azionisti e finanziatori</p> <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Sviluppo sostenibile del prodotto ► Approvvigionamento responsabile ► Ricerca, Sviluppo e Innovazione 	Comunicati Stampa	► Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Contatti Diretti	► CDA ► Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
	Sito Web	► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Incontri Dedicati	► CDA ► Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
	Survey	► Comunicazione Corporate ► Direzione Finanziaria	varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download

TIPO STAKEHOLDER E TEMATICHE MATERIALI	MEZZO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITÀ	FREQUENZA	TIPO VERIFICA
► Dipendenti <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Salute e sicurezza dei lavoratori ► Diritti Umani ► Sviluppo del capitale umano ► Equilibrio lavoro-vita privata 	Newsletter	► Comunicazione Corporate	Mensile	Analytics
	Bacheche e Affissioni	► Direzione Stabilimento ► Comunicazione Corporate ► Direzione HR	Continua	–
	Gruppi di Lavoro	► Tutte le funzioni	Varia	Q&A
	Survey	► Direzione HR ► Comunicazione Corporate	Annuale	Analytics
	Social Network	► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Intranet	► Direzione HR	Continua	Analytics
	Sito Web	► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Comunicati Stampa	► Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Rapporto di Sostenibilità	► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	► Fornitori <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Sviluppo sostenibile del prodotto ► Approvvigionamento responsabile ► Diritti Umani 	Sito Web	► Comunicazione Corporate	Continua
Social Network		► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
Incontri Dedicati		► Direzione Acquisti	Varia	Q&A
Contatti Diretti		► Direzione Acquisti	Varia	Q&A
Comunicati Stampa		► Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
Survey		► Comunicazione Corporate ► Direzione Acquisti	Varia	Analytics
Rapporto di Sostenibilità		► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
Comunicati Stampa		► Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
Rapporto di Sostenibilità		► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
► Comunità Locale <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Salute e sicurezza dei lavoratori ► Diritti Umani ► Sostegno delle comunità locali 		Sito Web	► Comunicazione Corporate	Continua
	Social Network	► Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	► Comunicazione Corporate ► Direzione Stabilimento	Varia	Q&A
	Survey	► Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Visite Guidate Stabilimento	► Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori

TIPO STAKEHOLDER E TEMATICHE MATERIALI	MEZZO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITÀ	FREQUENZA	TIPO VERIFICA
▶ Enti di regolamentazione ▶ Integrità e sostenibilità del Business ▶ Coinvolgimento degli stakeholder ▶ Approvvigionamento responsabile ▶ Salute e sicurezza dei lavoratori ▶ Sicurezza del Prodotto ▶ Diritti Umani ▶ Sostegno delle comunità locali ▶ Contrasto ai cambiamenti climatici	Contatti Diretti	▶ Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	▶ Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Sito Web	▶ Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	▶ Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	Audit	▶ Direzione di Funzione ▶ Direzione Stabilimento	Annuale	Report
	Comunicati Stampa	▶ Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Social Network	▶ Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
▶ Media ▶ Integrità e sostenibilità del Business ▶ Coinvolgimento degli stakeholder ▶ Contrasto ai cambiamenti climatici ▶ Sicurezza del Prodotto ▶ Diritti Umani ▶ Sostegno delle comunità locali ▶ Approvvigionamento responsabile	Contatti Diretti	▶ Comunicazione Corporate ▶ Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Incontri	▶ Comunicazione Corporate ▶ Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Sito Web	▶ Comunicazione Corporate ▶ Direzioni Marketing	Continua	Analytics
	Survey	▶ Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	▶ Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	Contatti Diretti	▶ Direzione di Funzione ▶ Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	▶ Direzione di Funzione ▶ Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
▶ Scuole/università ed enti di ricerca ▶ Integrità e sostenibilità del Business ▶ Coinvolgimento degli stakeholder ▶ Contrasto ai cambiamenti climatici ▶ Sviluppo del capitale umano ▶ Sostegno delle comunità locali ▶ Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Visite Guidate Stabilimento	▶ Direzione di Funzione ▶ Comunicazione Corporate	Varia	Numero Visitatori
	Survey	▶ Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Sito Web	▶ Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Gruppi di Lavoro	▶ Direzione di Funzione	Varia	Obiettivi Progetto
	Social Network	▶ Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	▶ Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download

TIPO STAKEHOLDER E TEMATICHE MATERIALI	MEZZO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITÀ	FREQUENZA	TIPO VERIFICA
► Associazioni di categoria <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Sviluppo del capitale umano 	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzione di Funzione ► Comunicazione Corporate 	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate ► Direzione di Funzione 	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	Diffusione
	Sito Web	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Continua	Analytics
	Social Network	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Annuale	N° Download
	Gruppi di Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzioni di Funzione 	Varia	Q&A
► Organizzazioni sindacali <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Salute e sicurezza dei lavoratori ► Sviluppo del capitale umano ► Diritti Umani 	Incontri Dedicati	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzione HR ► Direzione Stabilimento 	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	Diffusione
	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzione HR 	Varia	Q&A
	Gruppi di Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzione HR 	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	N° Download
	Bacheche	<ul style="list-style-type: none"> ► Direzione HR 	Varia	–
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	Diffusione
► Ong <ul style="list-style-type: none"> ► Integrità e sostenibilità del Business ► Coinvolgimento degli stakeholder ► Contrasto ai cambiamenti climatici ► Approvvigionamento responsabile ► Diritti Umani ► Sostegno delle comunità locali 	Sito Web	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Continua	Analytics
	Social Network	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Annuale	N° Download
	Visite Guidate Stabilimento	<ul style="list-style-type: none"> ► Comunicazione Corporate 	Varia	Numero Visitatori

Attraverso l'attivo coinvolgimento di tutto il Top Management dell'Azienda sono stati individuati gli argomenti importanti per ciascuno stakeholder e per l'Azienda al fine di poter implementare corrette politiche di

trasparenza e cooperazione. Infine, nel corso del periodo di riferimento del presente Rapporto, Lucart ha voluto coinvolgere attivamente i propri stakeholder di riferimento sottoponendo loro un questionario volto alla definizione

di rilevanza delle tematiche proposte e alla valutazione in materia di percezione della performance del Gruppo nei confronti delle tematiche in questione.





Analisi di Materialità

Il processo di Analisi di Materialità strutturato da Lucart, si è basato in primis sulla selezione delle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance) maggiormente rilevanti per l'Azienda e per il contesto all'interno del quale essa opera.

Le tematiche materiali definite ex-ante sono state categorizzate sulla base di quelle che sono le principali aree di responsabilità aziendale, ovvero, la responsabilità di governance, la responsabilità verso i propri dipendenti, la responsabilità verso l'ambiente e verso la comunità di riferimento, e poi sottoposte alla valutazione degli stakeholder del Gruppo Lucart tramite un questionario costituito ad hoc.

Al campione di stakeholder coinvolto è stato chiesto di esprimere la propria valutazione su due distinte votazioni. Con la prima, è stato valutato il livello di rilevanza della tematica per i vari stakeholder, con la seconda è stata valutata la percezione che gli stakeholder hanno relativamente alla performance del Gruppo nell'integrare tali tematiche all'interno delle politiche e strategie aziendali.

Nel corso del 2020 la Capogruppo, anche alla luce del contesto determinato dalla crisi pandemica del Covid-19, ha voluto aggiornare la propria Matrice di Materialità apportando degli affinamenti all'Analisi condotta nel 2019.

Le principali iniziative intraprese dall'Organizzazione hanno riguardato l'ampliamento della platea di stakeholder e la considerazione della nuova tematica "Impatto Covid-19". In merito all'ampliamento della platea di stakeholder coinvolti, i questionari utili allo stakeholder engagement predisposti per l'Analisi del 2019 sono stati tradotti nelle diverse lingue delle varie controparti che operano fuori dal contesto

nazionale (Francia, Spagna e Ungheria) permettendo di raccogliere ulteriori votazioni di dipendenti, fornitori, azionisti finanziatori e istituti di credito, clienti e utilizzatori finali, media e comunità locali.

Come anche nel precedente Rapporto di Sostenibilità, la Matrice pubblicata all'interno di tale documento, presenta uno spot che mette in relazione la rilevanza della tematica per il Gruppo e gli stakeholder e la percezione di quest'ultimi, su quelle che sono le performance del Gruppo nei confronti di tali aspetti significativi. A tal proposito, una tematica può avere un alto livello di rilevanza ma la percezione che gli stakeholder hanno, in materia di performance di Lucart, può non essere allineata a tali valori, ponendo l'Azienda nella posizione di interrogarsi sul motivo che porta a tale distorsione e prendere in considerazione l'idea di agire per ridurre tale scarto.

Possono presentarsi tematiche con un'alta rilevanza ma con valori di percezione della performance del Gruppo non altrettanto alti, al contrario è possibile prendere in considerazione come alcune tematiche possano presentare una forte percezione della performance del Gruppo e una bassa rilevanza di materialità per gli stakeholder. A seconda dei casi il Gruppo può desumere informazioni strategiche considerevoli, inoltre, può valutare indirettamente se le eventuali distorsioni di rilevanza e percezione delle performance da parte degli stakeholder siano imputabili a una

carenza di comunicazione, o a una scarsa considerazione strategica del Gruppo circa la tematica in questione o altri motivi interni o esterni all'Azienda.

La Matrice di Materialità mostra le priorità strategiche di carattere non finanziario sulle quali il Gruppo è chiamato a definire una strategia di gestione e monitoraggio sul medio lungo periodo. Le tematiche che risultano maggiormente rilevanti sia per l'Azienda sia per i suoi stakeholder si collocano all'interno del quadrante di "Rilevanza" (definito all'interno dell'arco di valori di giudizio che vanno da 3 - Abbastanza Rilevante a 5 - Fortemente Rilevante).

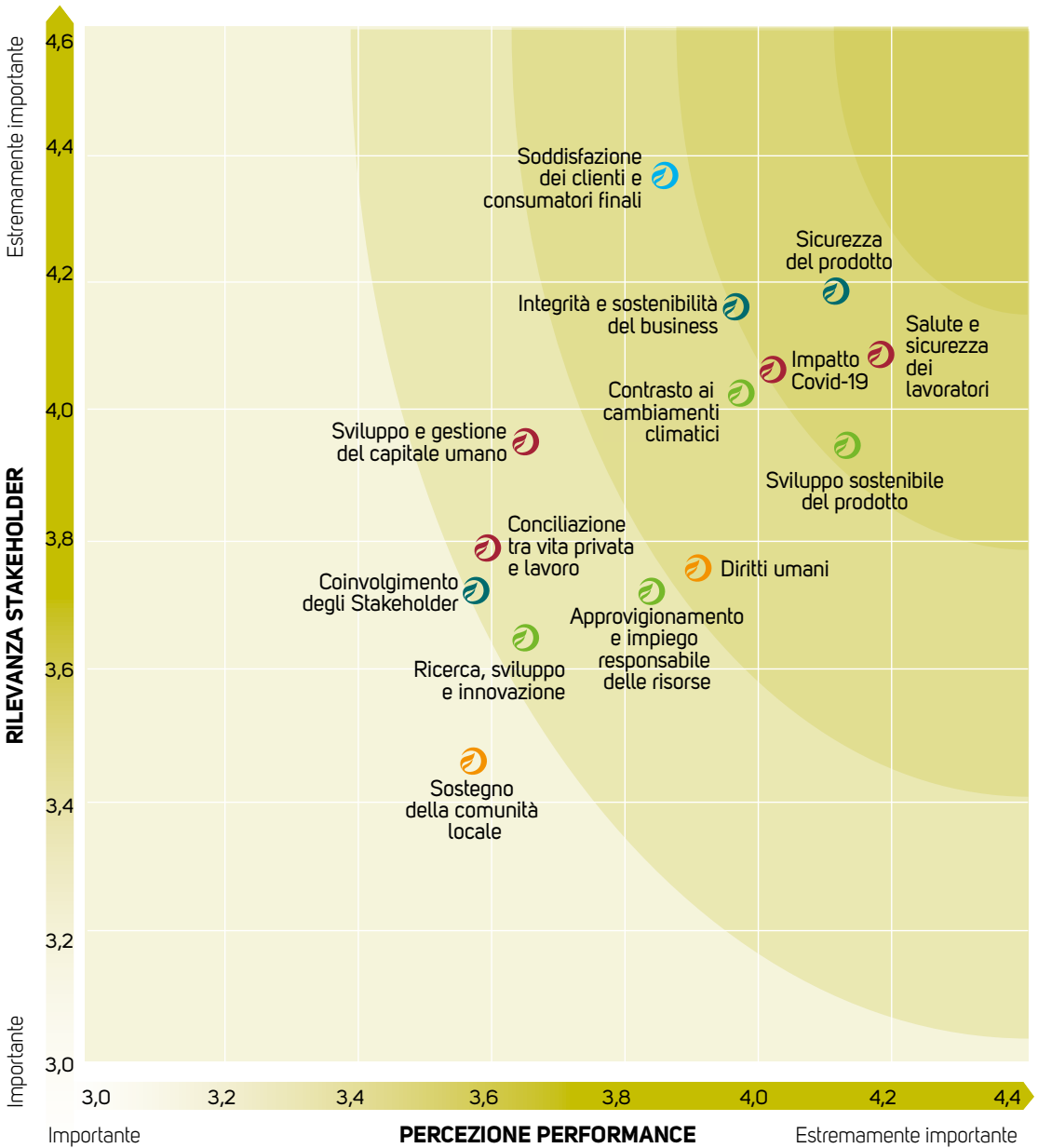
Le principali risultanze della presente Matrice di Materialità mostrano come non vi siano notevoli scostamenti rispetto al precedente report.

Le tematiche che mostrano un incremento maggiore, rispetto al 2019, sono quelle relative alla sfera dei dipendenti:

- ▶ salute e sicurezza dei lavoratori;
- ▶ sviluppo e gestione del capitale umano;
- ▶ conciliazione fra vita privata e lavoro.

Come è possibile notare anche dalla figura sottostante la tematica relativa al Covid-19 seppur posta agli stakeholder solo nel corso della survey 2020 trova un posizionamento molto rilevante, rafforzando ulteriormente tutti gli aspetti connessi alla tutela dei dipendenti e delle comunità locali.

► Matrice di Materialità



Legenda

- Responsabilità verso i dipendenti
- Economico governance
- Soddisfazione dei clienti e consumatori finali
- Sociale
- Ambientale

1.12

Certificazioni

La qualità dei nostri prodotti trova conferma in importanti certificazioni.
(al 31 marzo 2022)

► ECOLABEL

Lucart S.p.A. è stata la prima azienda italiana ad avere ottenuto il marchio di qualità ecologica rilasciato dall'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi a basso impatto ambientale.



► PEFC™ e FSC®

Lucart S.p.A. è tra le prime cartiere italiane ad avere ottenuto le certificazioni PEFC™ e FSC® (INT-CW-001076, INT-COC-001076), che garantiscono la provenienza delle materie prime da fornitori che adottano Sistemi di Gestione Forestale sostenibile e con catena di custodia certificata.



PEFC™
(Programme for the
Endorsement of
Forest Certification)



FSC®
(Forest
Stewardship
Council®)

Il marchio della
gestione forestale
responsabile

► ISO

Gli stabilimenti italiani del Gruppo sono stati tra i primi in Europa a ottenere, per lo specifico settore merceologico dei prodotti in carta tissue e monolucida, la certificazione Sistemi di Gestione Qualità ISO 9001 e ambiente ISO 14001.

La **ISO 9001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Qualità.

La **ISO 14001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Ambientale.

La **ISO 50001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Energetico.

La **ISO 22716** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce le linee guida per la produzione, il controllo, la conservazione e la spedizione dei prodotti cosmetici con la finalità di garantire al

consumatore elevati standard igienico-sanitari e di sicurezza.

La **ISO 45001** è una norma di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei lavoratori. Tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo sono certificati ISO 45001:2018 mediante un certificato multisito.

► EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)

Lo stabilimento produttivo di Borgo a Mozzano e quello di Castelnuovo di Garfagnana sono stati tra i primi stabilimenti integrati europei per la produzione di tissue (cartiera e cartotecnica nello stesso sito) ad aver ottenuto la registrazione ambientale EMAS, il sistema comunitario di eco-gestione e audit destinato alle organizzazioni che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale.



► DER BLAUE ENGEL

La certificazione ecologico-ambientale di prodotto tedesca assegnata allo stabilimento francese di Laval sur Vologne e allo stabilimento italiano di Borgo a Mozzano.



► OK COMPOST

Il marchio "Ok Compost Industrial" certifica che il prodotto è compostabile negli impianti di compostaggio industriale.



► IFS HPC (International Featured Standard Household and Personal Care)

Lo standard IFS HPC è uno schema internazionale di certificazione finalizzato a garantire, attraverso audit di certificazione di organismi terzi, il rispetto di specifici standard di sicurezza e qualità dei prodotti per la cura della persona e della casa a marchio del distributore.



► CRADLE TO CRADLE

La certificazione che riconosce a livello mondiale i prodotti più sicuri e sostenibili realizzati per l'economia circolare.



► ReMade IN ITALY®

La certificazione che attesta il contenuto di materiale riciclato / sottoprodotti all'interno di un prodotto o materiale.



	PORCARI	BORGO A MOZZANO (Diecimio)	TORRE DI MOSTO	CASTELNUOVO DI GARFAGNANA	AVIGLIANO	ALTOPASCIO (Centro Logistico)	LAVAL SUR VOLOGNE	NYERGESÚJFALU	ARTZINIEGA TISSUE	ARTZINIEGA SOAP	ARANGUREN	GUENES	BLACKMORE PARK
► EU ECOLABEL	🌀	🌀	🌀	🌀			🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	
► PEFC™	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀		🌀	🌀	
► FSC®	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀		🌀	🌀	
► ISO 9001	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀		🌀	🌀	🌀	🌀	🌀		🌀
► ISO 14001	🌀	🌀		🌀	🌀		🌀	🌀	🌀	🌀	🌀		🌀
► ISO 50001		🌀		🌀			🌀						
► ISO 22716										🌀			
► ISO 45001	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀	🌀							
► EMAS		🌀		🌀									
► DER BLAUE ENGEL		🌀					🌀		in fase di certificazione				
► IFS HPC		🌀		🌀	🌀								
► OK COMPOST			🌀		🌀								
► CRADLE TO CRADLE™							🌀						
► REMADE IN ITALY®						🌀							

Gestione del rischio

Per la natura della propria attività, il Gruppo Lucart risulta esposto a taluni rischi e incertezze che il management fronteggia attraverso una continua attività di analisi, propedeutica all'individuazione e classificazione degli stessi e alla predisposizione degli eventuali strumenti atti alla loro riduzione, tutto ciò in linea con la politica aziendale volta alla massima cautela.

Per una maggiore chiarezza espositiva abbiamo raggruppato i rischi e le incertezze in due macrocategorie:

- ▶ rischi e incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto;
- ▶ rischi finanziari.



Rischi ed incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto

▶ Rischi legati all'andamento dell'economia globale

Come per tutte le aziende operanti nel nostro settore, alcuni fattori di costo possono essere controllati in modo solo parziale in quanto sono influenzati dagli andamenti macroeconomici internazionali.

Il mercato di riferimento del Gruppo è indirettamente dipendente dalle disponibilità economiche e dalla propensione di spesa dei consumatori, nonché dal generale andamento dell'economia. Eventi di instabilità politica e/o recessione economica in un mercato geografico significativo per le vendite

del Gruppo potrebbero avere ripercussioni negative sulla nostra situazione economica, finanziaria e patrimoniale.

La diversificazione dei mercati geografici, l'ampliamento del portafoglio clienti e del mix prodotti, le politiche di fidelizzazione e di servizio costituiscono azioni di mitigazione del rischio descritto.

Oltre a quanto sopra, il Gruppo, come qualsiasi altra impresa operante nel settore, è soggetto alle azioni di altri produttori che potrebbero causare una contrazione

della propria quota di mercato.

Il rischio in oggetto è legato alla possibilità che concorrenti possano immettere sul mercato nuovi prodotti concorrenziali rispetto a quelli del Gruppo.

Oltre al monitoraggio continuo del mercato allo scopo di individuare per tempo l'ingresso di nuovi prodotti concorrenti, il Gruppo gestisce il rischio perseguendo sia una politica di continua innovazione dei propri prodotti e processi, sia una politica di ampliamento del proprio portafoglio prodotti.

▶ Rischi legati alla situazione geopolitica

In un mercato globalizzato come quello in cui operiamo, non è possibile escludere a priori che gli eventi causati dalla politica estera di un paese influenzino in modo imprevedibile le dinamiche politiche interne e l'economia di un altro paese o di un'altra regione.

La differenziazione geografica dei

fornitori di materie prime e ausiliarie, ma anche l'ampliamento dei nostri mercati di sbocco a livello europeo, fanno parte delle azioni messe in atto per attenuare il rischio in oggetto in tutte le società del Gruppo.

Come ha purtroppo recentemente dimostrato il conflitto tra Russia e Ucraina, questo rischio si può esten-

dere in modo significativo anche ai costi energetici. Su questo fronte, al di là di una continua attenzione all'efficientamento energetico e alla riduzione dei consumi, un'eventuale interruzione delle forniture di gas o energia elettrica provocherebbe inevitabilmente un arresto degli impianti produttivi coinvolti.

► Rischi legati ai cambiamenti climatici

Sul fronte di eventuali danni ai nostri stabilimenti produttivi legati a fenomeni meteorologici di portata eccezionale, le analisi e gli studi fatti non hanno evidenziato situazioni di particolare rischio o pericolosità. Inoltre, la ripartizione dell'attività produttiva su più stabilimenti in località diverse rappresenta una forma indiretta di assicurazione sulla possibile continuità del business in caso di disastri ambientali circoscritti

a specifiche aree geografiche.

È inoltre molto probabile che la lotta ai cambiamenti climatici comporterà un aumento dei costi energetici. A tale riguardo il Gruppo, oltre a perseguire una politica di decarbonizzazione ed efficienza energetica sui propri impianti produttivi, effettua specifiche coperture, ove opportuno, per proteggersi da eventuali repentini

incrementi nei costi dell'energia.

Il Gruppo si è inoltre dotato da anni di un Comitato Ambientale, che fra le sue prerogative ha anche l'analisi della situazione ambientale, climatica e idrogeologica nelle aree geografiche dove sono collocati gli stabilimenti produttivi.

Il rischio ambientale è coperto anche da un'apposita polizza assicurativa.

► Rischi connessi alla normativa e alla regolamentazione dei settori di attività di riferimento

Il Gruppo Lucart tramite sue funzioni dedicate si occupa dell'analisi dei rischi legati a obblighi normativi e regolamentari, inoltre la società Lucart S.p.A. ha adottato il modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione dei reati presupposti di cui al

D.Lgs. 231/2001 con la creazione di un Organismo di Vigilanza a ciò preposto. A inizio 2022 il modello organizzativo è stato revisionato per aggiornarlo ai cambiamenti dell'organizzazione e ai più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali.

Da segnalare che per garantire il corretto comportamento dei propri dipendenti in tutti i contesti sono stati definiti e adottati un codice etico e una policy anticorruzione di Gruppo.

► Rischi connessi a contenziosi e passività potenziali

Il Gruppo attraverso il proprio ufficio legale interno, ma su tematiche specifiche anche attraverso il

supporto di professionisti esterni, valuta tutti i possibili rischi connessi a contenziosi legali, definendo caso

per caso, la necessità di eventuali accantonamenti a fondi rischi.

► Rischi informatici

Il Gruppo, attraverso il proprio reparto IT, ha identificato le principali aree di rischio e implementato adeguati strumenti di protezione. Essendo questa una tematica in continua evoluzione, il monitorag-

gio dei rischi informatici è fatto in modo costante e continuativo.

Il Gruppo ha anche stipulato un'apposita polizza assicurativa a copertura di eventuali danni generati da

"attacchi" informatici, inoltre, nel corso del 2021 è stato introdotto un servizio di monitoraggio 24x7 degli attacchi informatici con la practice cybersecurity di Deloitte.

► Rischi di prodotto

Il Gruppo ha definito il campo di applicazione dei sistemi di gestione qualità, ambiente e sicurezza prodotto, all'interno del quale

applicare i processi di risk management per l'identificazione e la valutazione dei relativi rischi. Sulla base dell'esito della valutazione,

la Direzione valuta la necessità di attuare eventuali misure di monitoraggio e/o mitigazione del rischio specifico.



Rischi finanziari

► Rischio di mercato

Il rischio di mercato è il rischio relativo agli effetti imprevisi sul valore di mercato di attività e passività generati da variazioni avverse dei prezzi di mercato. Il rischio di mercato comprende tre tipi di rischio: il rischio di prezzo, il rischio di tasso di cambio e il rischio di tasso di interesse.

► Rischio di prezzo (o rischio di *commodity*)

Le principali materie prime da noi utilizzate sono le fibre di cellulosa vergine e riciclata (carta da macero), il cui prezzo di mercato è determinato dall'andamento della domanda e offerta a livello mondiale. La nostra politica di approvvigionamento prevede un'accurata selezione e differenziazione dei fornitori e la continua ricerca di materie prime e fonti alternative e si basa su rapporti di fornitura consolidati con primari fornitori.

Inoltre, anche se con reattività e tempistiche diverse tra le nostre tre aree di business, esiste una correlazione tra il costo di acquisto delle materie prime fibrose e i prezzi di vendita dei prodotti.

Infine, il management del Gruppo valuta sempre con attenzione l'opportunità di attivare sia specifiche coperture (*hedging*) sul prezzo della cellulosa, sia variazioni negli stock di questi materiali, al fine di beneficiare di condizioni di prezzo più favorevoli.

► Rischio di tasso di cambio

Il Gruppo Lucart è esposto al rischio finanziario derivante dalla variazione dei tassi di cambio che si origina operando in un contesto internazionale in cui le transazioni, commerciali e finanziarie, possono essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.

I principali rapporti di cambio rispetto all'Euro che rappresentano un rischio per il Gruppo sono nei confronti delle seguenti valute: dollaro statunitense (USD), fiorino ungherese (HUF), sterlina inglese (GBP).

Il Gruppo Lucart adotta una politica di copertura del rischio di cambio orientata sia a proteggere la marginalità di budget (copertura di flussi attesi) sia a proteggere attività e passività in essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.

Il rischio di oscillazione del USD è coperto principalmente mediante opzioni o contratti di acquisti di USD a termine.

► Rischio di tasso di interesse

Il Gruppo Lucart utilizza risorse finanziarie esterne sotto forma di debito e impiega le liquidità disponibili in depositi bancari. Variazioni nei livelli dei tassi d'interesse di mercato influenzano il costo e il rendimento delle varie forme di finanziamento e di impiego, incidendo pertanto sul livello degli oneri e dei proventi finanziari.

Il management valuta regolarmente l'esposizione al rischio di variazione dei tassi di interesse e la gestisce ricorrendo alle forme di finanziamento meno onerose.

Il costo dell'indebitamento bancario è parametrato, prevalentemente, al tasso Euribor di periodo più uno spread che dipende dalla tipologia di linea di credito utilizzata. I margini applicati sono paragonabili ai migliori standard di mercato.

Il Gruppo ha provveduto anche in questo esercizio a dotarsi di strumenti finanziari derivati al fine di ridurre il rischio di fluttuazione dei tassi d'interesse sui finanziamenti in essere a medio lungo termine.

► Rischio di credito

Il Gruppo Lucart risulta esposto al rischio di credito derivante dalle sue attività commerciali con i propri clienti. Il rischio è rappresentato dai potenziali effetti che emergerebbero, qualora una delle controparti non fosse in grado di ottemperare alle proprie obbligazioni in modo temporaneo o definitivo.

Una buona parte dei clienti del Gruppo Lucart sono rappresentati da realtà internazionali e da strutture appartenenti al canale della Distribuzione Organizzata per le quali sono disponibili sul mercato informazioni tempestive riguardanti

l'andamento economico/finanziario.

Il Gruppo, pur adottando politiche commerciali interne volte a monitorare la solvibilità della clientela, assicura la maggior parte dei suoi crediti così da ridurre ulteriormente i rischi di mancato incasso.

Tuttavia, la difficile situazione economico finanziaria mondiale ha generato la riduzione di molti affidamenti e pertanto la solvibilità dei clienti viene attentamente valutata anche dai nostri addetti alla gestione del credito, che in alcuni casi possono concedere una extra-fido

rispetto a quello garantito dalla società di assicurazione.

La situazione della clientela è oggetto di attenta valutazione e continuo monitoraggio anche in relazione ai potenziali effetti derivanti dalla diffusione a livello mondiale della pandemia da Covid-19, la quale potrebbe determinare ritardi nell'incasso dei crediti commerciali. Per completezza si evidenzia che nel corso del 2021 non sono state riscontrate significative perdite su crediti conseguenti all'impatto della pandemia sulla solvibilità dei clienti.

► Rischio di liquidità

Il rischio di liquidità riguarda la disponibilità di risorse finanziarie e l'accesso al mercato del credito.

I principali fattori interni che incidono sulla situazione di liquidità del Gruppo Lucart sono, da una parte, le risorse generate e assorbite dalla gestione operativa e, dall'altra, quelle impiegate negli investimenti effettuati per lo sviluppo produttivo e strategico e nel servizio del debito.

Il Gruppo Lucart monitora costantemente l'andamento delle disponibilità liquide, dei flussi finanziari (consuntivi e previsivi) e delle linee disponibili attraverso adeguati report di tesoreria.

Significativi fattori esterni che possono influenzare la disponibilità di adeguate risorse finanziarie per il Gruppo sono rappresentati dall'andamento del mercato del credito a livello internazionale,

dagli effetti dalla pandemia COVID-19 e dagli effetti della crisi energetica generata dal conflitto tra Russia e Ucraina.

Si segnala infine che a oggi il Gruppo dispone di linee di credito su differenti istituti adeguate alle esigenze di liquidità, anche alla luce della struttura patrimoniale del Gruppo e del bilanciamento tra fonti e impieghi a breve e medio/ lungo termine.

► Protezione dati personali e privacy

Lucart, da sempre attenta al cambiamento e all'innovazione, ha definito un modello organizzativo in materia di protezione dei dati personali, identificando ruoli e responsabilità sia all'interno sia all'esterno delle funzioni di governance, fruitori del trattamento dei dati. Ha definito inoltre le procedure per la gestione dei requisiti del GDPR in ottemperanza al regolamento e nel corso del 2021 Lucart S.p.A. ha provveduto a nominare un responsabile della protezione dei dati (DPO) esterno.



Attività di contrasto al Coronavirus

L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato l'11 marzo del 2020 che il virus denominato SARS-CoV-2 ha provocato una pandemia a livello mondiale. Il diffondersi dei casi di positività al virus in Italia e, a seguire, nel resto d'Europa, ha costretto i governi dei Paesi coinvolti a prendere severe misure di distanziamento sociale e a prevedere pesanti restrizioni agli spostamenti delle persone e a disporre le chiusure di tutte le attività commerciali e produttive non necessarie.

L'attività di produzione e trasformazione della carta sono state considerate come essenziali in tutti i paesi nei quali Lucart ha i suoi stabilimenti produttivi e pertanto l'Azienda ha immediatamente predisposto misure di contrasto alla diffusione del virus con l'obiettivo di garantire la salute e la sicurezza dei propri dipendenti e la continuità aziendale.

Per prima cosa Lucart ha creato un Comitato di Crisi a livello di Gruppo con il compito di definire,

coordinare e supervisionare tutte le azioni a contrasto della diffusione del virus in tutti gli stabilimenti. Il Comitato si è riunito 25 volte in videoconferenza nel corso del 2021. A questo comitato si sono affiancati i Comitati di Stabilimento ai quali hanno partecipato anche i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza e del Servizio di Prevenzione e Protezione.

► Misure adottate



Massiccio ricorso allo **smart-working**



Sospensione di tutte le riunioni in presenza



Utilizzo di **video-conferenze**



Organizzazione di entrate e uscite dal luogo di lavoro e delle pause in modo da **ridurre le occasioni di contatto**



Costante invito a tutti i dipendenti di mantenere almeno **1 metro di distanza**



Fornitura di strumenti di protezione individuale come guanti e mascherine



Richiamo all'igiene



Misurazione della temperatura corporea



Igienizzazione periodica degli ambienti di lavoro



Aggiornamento del documento di **valutazione dei rischi**



Copertura assicurativa dipendenti per malattia Covid-19



Verifica validità **Green Pass**

Tutte queste attività sono state previste in accordo con le organizzazioni sindacali e gli enti competenti.



1.14

Circularità e sostenibilità come leve strategiche di business

Lucart è fortemente determinata ad accelerare la transizione da una economia di tipo lineare a una di tipo circolare.

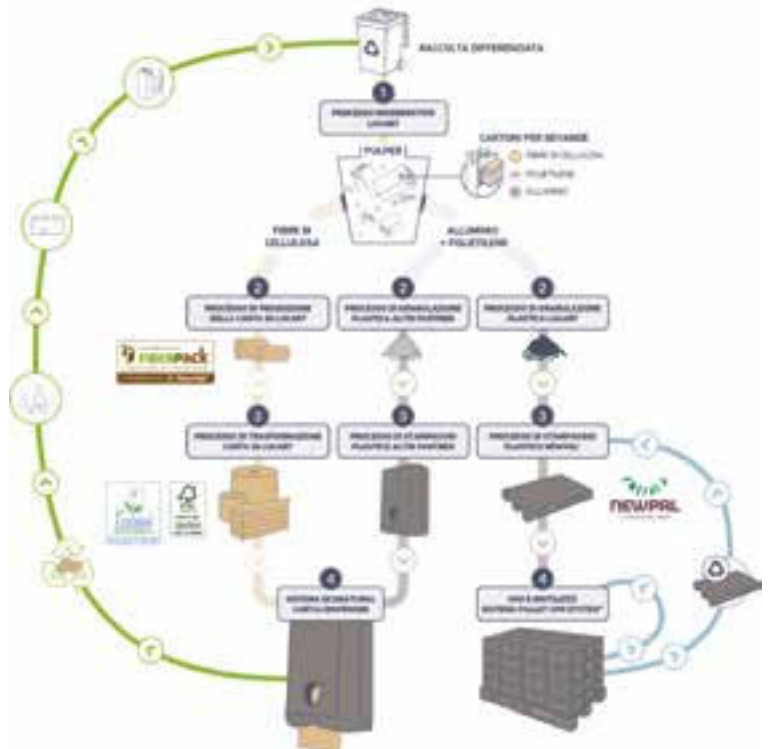
La strategia di Lucart pone la circolarità dei modelli di business al centro della propria azione e in particolare favorisce:

- ▶ ricerca di materie prime alternative in grado di ridurre lo sfruttamento delle risorse naturali;
- ▶ analisi, progettazione e implementazione di modelli di business circolari;
- ▶ riduzione degli scarti di processo;
- ▶ riutilizzo degli scarti di processo per il recupero di materia.

Il Progetto Natural

Nel 2010 il reparto di ricerca e sviluppo di Lucart per l'utilizzo delle fibre alternative alla cellulosa vergine, ha avviato un ambizioso progetto che si poneva lo scopo di recuperare tutti i materiali contenuti nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Questo tipo di imballaggio è molto utilizzato, infatti, in ambito alimentare sia per le caratteristiche di protezione e conservazione degli alimenti sia per l'alto contenuto di fibre di cellulosa naturali che lo rendono più ecologico rispetto ad altri materiali da imballo di origine fossile.

A causa della sua composizione mista fatta di fibre di cellulosa (74%), alluminio (4%) e polietilene (22%), questo materiale spesso non veniva recuperato a fine vita, o veniva recuperato solo parzialmente.



► Le nuove materie prime recuperate

Nella prima fase del Progetto Lucart ha raggiunto l'obiettivo, attraverso la modifica e l'ottimizzazione del tradizionale processo di recupero della carta da riciclare in cartiera, di creare due nuove materie prime da avviare a distinti processi di recupero.



Il marchio Fiberpack® identifica la materia prima fibrosa ottenuta attraverso l'esclusivo processo produttivo di trattamento dei cartoni per bevande che viene utilizzata per produrre le referenze a marchio Lucart Professional Econatural, Fato Natural, Velo Natural, Tenderly Professional Natural e Grazie Natural.



Il marchio Al.Pe® identifica il materiale omogeneo composto dalla componente di polietilene e alluminio presente nei cartoni per bevande con il quale altre industrie fabbricano manufatti dalle molteplici destinazioni: dall'edilizia all'arredo urbano, da oggetti di uso comune quali penne e righelli, ai pali di ormeggio e piattaforme galleggianti a Venezia, ai pallet per il trasporto delle merci ai dispenser per la distribuzione degli asciugamani e carta igienica per il settore Away from Home.

► Il sistema carta + dispenser

La seconda fase di sviluppo del Progetto Natural ha visto la combinazione delle due nuove materie prime, precedentemente ottenute,

in una unica proposta di valore per i nostri clienti con il sistema carta Fiberpack® + Dispenser in Al.Pe.®



► Simbiosi industriale



La terza fase si è concretizzata con la nascita di Newpal S.p.A., la società

compartecipata con CPR System, che si dedicherà allo stampaggio di pallet riciclati di alta qualità.

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano è stato installato un nuovo impianto in grado di ottenere un granulo plastico dal materiale omogeneo composto da polietilene e alluminio ricavati dal processo di riciclo dei cartoni per alimenti. Il granulo diventa la materia prima per Newpal S.p.A. che, con un impianto progettato appositamente per utilizzare plastiche non vergini, stampa pallet in plastica riciclata.

Il progetto consente quindi, di chiudere completamente il cerchio del recupero dei contenitori per bevande poliaccoppiati, creando grandi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business.

I pallet realizzati da Newpal saranno utilizzati da CPR System, azienda leader in Italia nella produzione, movimentazione e riciclo degli imballaggi in plastica a sponde abbattibili e dei pallet. CPR System si occuperà del recupero e **riutilizzo dei pallet** che, a fine vita e dopo molteplici utilizzi, non saranno smaltiti in discarica ma saranno reinseriti nel processo industriale.

Questa collaborazione tra Lucart e CPR System, porta nuovi vantaggi

per l'ambiente e nuove opportunità di business:

- valorizza uno scarto di produzione e crea valore condiviso;
- realizza un prodotto riutilizzabile nel circuito gestito da CPR System, che a fine vita verrà effettivamente riciclato per la produzione di nuovi pallet;
- propone al mercato un pallet di qualità in plastica riciclata a un prezzo fortemente competitivo.



Il packaging sostenibile



Lucart è da sempre all'avanguardia nello studio di packaging innovativi in grado di ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti.

Dopo aver lanciato nel 1997 la prima linea di carta igienica al mondo con imballo in Mater-Bi in amido di mais, nel 2019 ha realizzato una serie di prodotti con confezione interamente plastic free.

I prodotti delle linee Natural sono quindi completamente ecologici, sono, infatti, certificati Ecolabel e FSC® Recycled e hanno la confezione in carta riciclata e riciclabile prodotta nello stabilimento di Porcari.



► Il modello di business circolare MMC®

Lucart promuove relazioni con numerosi stakeholder privati e istituzionali, utili alla crescita e allo sviluppo sostenibile del Progetto Natural in Europa.

A questo fine è stato creato il modello MMC® (Municipal Material Cycle), sperimentato per la prima volta nella città di Novo Mesto in Slovenia. Il modello prevede la costruzione di un flusso circolare che parte dai cartoni per bevande usati, raccolti dalle famiglie degli studenti secondo le regole locali di raccolta dei rifiuti. Successivamente, attraverso il coinvolgimento dell'azienda locale di gestione dei rifiuti e dei consorzi che gestiscono, separano e selezionano il materiale nelle loro piattaforme, Lucart riceve i cartoni per bevande usati e li ricicla attraverso un processo di produzione esclusivo. I prodotti delle linee Natural in Fiberpack® (asciugamani, carta igienica, tovaglioli, ecc.) saranno poi venduti insieme ai relativi dispenser a un partner di distribuzione locale, che consegnerà i prodotti nei bagni di uffici pubblici, scuole, aziende pubbliche e centri sportivi e ricreativi dell'area di provenienza dei cartoni per bevande raccolti. Tutto il ciclo è messo in atto con il patrocinio dell'amministrazione comunale competente.

Il modello è stato successivamente esportato in Slovacchia in due municipalità per contribuire alla creazione

di una vera cultura della sostenibilità. Per approfondimenti sul Modello si rimanda al capitolo 4.



Risultati complessivi del progetto Natural 2013-2021

Nel periodo 2013 – 2021 Lucart, considerando le tonnellate di carta Fiberpack® prodotte, ha contribuito a:



RECUPERARE più di
7,6 MILIARDI
DI CARTONI PER BEVANDE¹



una distanza pari a
44 VOLTE
IL GIRO DELLA TERRA²



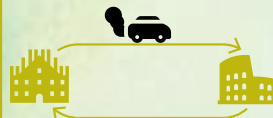
EVITARE l'uso di più di
3,3 MILIONI
DI ALBERI³



la superficie di
11.200
CAMPI DA CALCIO



EVITARE più di
195.000 t CO_{2e}
EMESSE IN ATMOSFERA⁴



alle emissioni di
1.542.908
VIAGGI IN AUTO
ROMA-MILANO

¹ Considerando cartoni per bevande da 1L

² Considerando cartoni stesi uno dopo l'altro

³ United Nations Environment Programme, Report 2011: Towards a Green Economy

⁴ European Union Life Cycle Database (ELCD)

LE PERSONE

02



**COINVOLGIAMO LE PERSONE
CONDIVIDENDO CON TUTTI IL NOSTRO
IDEALE PER UN FUTURO MIGLIORE**

*Siamo una realtà fatta di persone che collaborano
seguendo un modello organizzativo basato
su principi trasparenti*



**OBIETTIVI DI
SVILUPPO
SOSTENIBILE
(SDGs)**

2.1

Codice Etico

I valori fondanti di Lucart diventano regole di condotta attraverso l'attuazione e il rispetto del Codice Etico. Una guida di principi, norme e regole per amministratori, sindaci, organi di controllo, dirigenti, dipendenti, collaboratori e tutti coloro che intrattengono relazioni di qualunque tipo con le aziende del Gruppo.

L'ultima revisione del Codice Etico, in linea con le migliori prassi internazionali, che definisce i principi e i valori fondanti dell'etica aziendale, le regole di comportamento e le norme di attuazione relative, è stata approvata a ottobre 2019.

Il Codice viene consegnato a tutti i dipendenti e collaboratori della società affinché ne recepiscano i contenuti e i valori. Il Codice Etico è vincolante per i comportamenti di tutti i collaboratori del Gruppo (amministratori, sindaci, dipendenti e coloro che agiscono in nome di Lucart in virtù di specifici mandati o procure); viene inoltre portato a conoscenza di tutti coloro che, a qualsiasi titolo e a prescindere dalla tipologia, intrattengono con la società relazioni d'affari (clienti, fornitori, consulenti, ecc.) già a partire dalla fase di negoziazione.

Il Codice Etico è parte integrante del "Modello di organizzazione,



gestione e controllo", introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del decreto legislativo 231/2001. Si presenta, inoltre, come uno strumento essenziale per contrastare eventuali rischi in materia di abuso dei diritti fondamentali dell'uomo e di ogni forma di corruzione attiva e passiva. L'etica nell'attività imprenditoriale è un elemento di fondamentale importanza per il successo e la credibilità di un'azienda. È il fattore che identifica e rafforza i valori dell'Azienda, per renderli fondamenta e motore per uno sviluppo socioeconomico competitivo nel tempo.

Alla base del Codice Etico sono i principi che da sempre

sostengono e guidano il nostro fare azienda: correttezza, buona fede, trasparenza, fedeltà e lealtà.



**BEST
PERFORMANCE**

Lucart è stata una delle prime aziende in Italia a richiedere e ottenere il **Rating di legalità** rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato (AGCM) alle aziende che operano secondo determinati principi di legalità ed etici. Il punteggio attribuito in fase di rinnovo in data 24/11/2020 è stato di **3 stelle su un massimo di 3**.

Principi del Global Compact

WE SUPPORT



Lucart aderisce al [Global Compact Network](#) Italia delle Nazioni Unite e si impegna al rispetto e alla promozione dei 10 principi universali adottati dall'organizzazione e relativi a: **diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.**



2.2

Principi

Condivisione



È la capacità di condividere informazioni e valori in modo preciso trasparente e completo per instaurare e mantenere relazioni di lungo periodo con i colleghi e con tutti gli stakeholder dell'Azienda.



Cura



È l'attitudine a prendersi cura di se stessi, dei colleghi e della collettività, creando rapporti di fiducia reciproca che si basano sul rispetto della persona, dell'ambiente e della sostenibilità del business.



Responsabilità



È la capacità di rispettare gli impegni, di risolvere le situazioni impreviste, di essere sempre un riferimento disponibile e affidabile per colleghi, collaboratori e altri stakeholder.



Vision



È la volontà di migliorare la propria professionalità, proponendo o contribuendo alla riuscita di nuove soluzioni organizzative e di processo a vantaggio di tutti gli stakeholder.



2.3

Modello di organizzazione

Il Modello di organizzazione, gestione e controllo, introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del D.Lgs. 231/2001 è stato approvato nella sua prima stesura in data 26 giugno 2012 e successivamente modificato in alcuni punti per seguire l'evoluzione aziendale ed è stato complessivamente revisionato e aggiornato in data 28 marzo 2018.

Il Modello è finalizzato a prevenire la possibilità di commissione degli illeciti rilevanti ai sensi del decreto e, conseguentemente, a ridurre la responsabilità amministrativa della società.

Il Modello adottato, partendo da un'accurata analisi delle attività aziendali finalizzata a individuare le attività potenzialmente a rischio, è un insieme di principi generali, regole di condotta, strumenti di controllo e procedure organizzative, attività formative, informativa e sistema disciplinare finalizzato ad assicurare, per quanto possibile,

la prevenzione della commissione di reati.

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Organismo di Vigilanza (OdV), cui è stato affidato il compito di vigilare sul corretto funzionamento del Modello e di curarne l'aggiornamento.



2.4

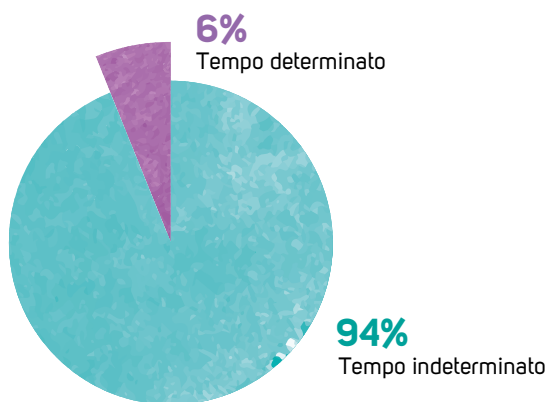
Struttura del personale Lucart

I dati riportati nelle seguenti tabelle si riferiscono alla struttura societaria al 31 dicembre 2021.

► Numero totale dei dipendenti con relativa scomposizione per tipologia contrattuale e genere

Tipo di contratto	Anno	M	F	Tot.
TEMPO DETERMINATO	2019	94	19	113
	2020	64	16	80
	2021	83	21	104
TEMPO INDETERMINATO	2019	1.320	178	1.498
	2020	1.325	178	1.503
	2021	1.391	205	1.596

► % Dipendenti per tipologia contrattuale



► Distribuzione geografica dei dipendenti per tipologia contrattuale

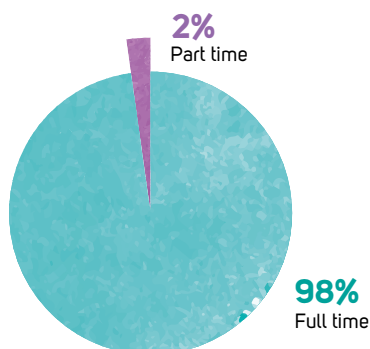
Tipo di contratto	Anno	Italia	Ungheria	Germania	Francia	Spagna	UK	Tot.
TEMPO DETERMINATO	2019	37	0	0	26	50	-	113
	2020	6	0	0	20	54	-	80
	2021	11	0	0	49	44	0	104
TEMPO INDETERMINATO	2019	978	88	4	266	162	-	1.498
	2020	969	89	5	268	172	-	1.503
	2021	970	85	6	275	177	83	1.596

► Numero totale dei dipendenti con relativa scomposizione per tipologia contrattuale e genere

Tipo di contratto	Anno	M	F	Tot.
PART TIME	2019	21	22	43
	2020	14	18	32
	2021	9	17	26
FULL TIME	2019	1.393	175	1.568
	2020	1.375	176	1.551
	2021	1.465	209	1.674

► % dipendenti Part time e Full time

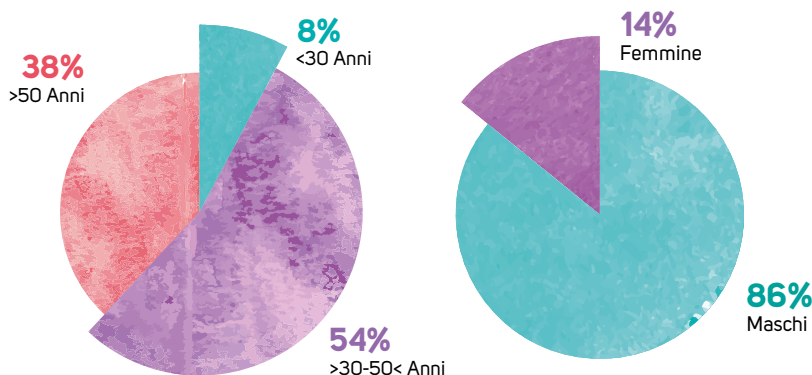
Sono considerati come dipendenti con contratto "Full time" tutti i dipendenti il cui orario di lavoro contrattualizzato coincide con le ore/giornata lavorabili secondo la legge dello stato in cui sono assunti.



► Suddivisione dei dipendenti per età, qualifica e genere

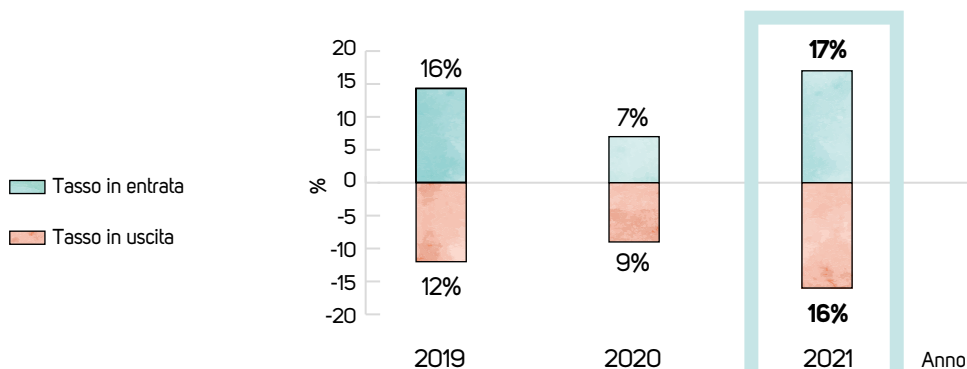
Qualifica	Anno	<30 Anni		>30-50< Anni		>50 Anni		Tot.
		M	F	M	F	M	F	
MANAGER	2019	0	2	57	13	45	2	119
	2020	0	1	63	11	49	4	128
	2021	0	1	75	14	59	7	156
IMPIEGATI	2019	22	8	163	88	72	25	378
	2020	20	10	158	82	78	28	376
	2021	18	14	146	86	90	30	384
OPERAI	2019	81	7	587	30	387	22	1.114
	2020	63	5	562	30	396	23	1.079
	2021	79	21	558	37	442	23	1.160

► Suddivisione dei dipendenti per età e genere



► Numero totale e tassi di nuovi dipendenti assunti per gruppi di età, genere e area geografica

Area	Anno	<30 Anni				>30-50< Anni				>50 Anni				Tot.	
		M		F		M		F		M		F			
		in	out	in	out	in	out	in	out	in	out	in	out	in	out
Italia	2019	26	10	2	0	30	21	4	8	3	25	0	1	65	65
		45%	17%	50%	0%	6%	4%	6%	11%	1%	7%	0%	8%	6%	6%
	2020	3	14	4	3	7	12	1	2	2	24	0	0	17	55
		8%	39%	80%	60%	1%	3%	2%	3%	1%	6%	0%	0%	2%	6%
	2021	38	29	4	4	37	28	3	4	6	28	0	2	88	95
	4%	3%	0%	0%	4%	3%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	9%	10%	
Francia	2019	33	20	16	11	22	14	8	3	5	7	0	2	84	60
		116%	80%	150%	110%	18%	12%	30%	22%	6%	8%	0%	10%	27%	21%
	2020	8	11	5	7	16	7	4	2	1	11	2	2	36	40
		38%	52%	71%	100%	13%	6%	15%	7%	1%	13%	8%	8%	13%	14%
	2021	35	19	23	17	29	19	9	8	14	11	4	4	114	78
	11%	6%	7%	5%	9%	6%	3%	2%	4%	3%	1%	1%	35%	24%	
Ungheria	2019	12	10	1	1	18	14	10	3	6	7	0	2	47	37
		120%	100%	100%	100%	49%	38%	48%	14%	43%	50%	0%	40%	53%	42%
	2020	3	2	1	1	13	8	5	5	0	2	1	4	23	22
		27%	18%	100%	100%	34%	21%	29%	29%	0%	13%	17%	67%	26%	25%
	2021	2	4	1	1	6	12	3	7	4	7	2	4	18	35
	2%	5%	1%	1%	7%	14%	4%	8%	5%	8%	2%	5%	21%	41%	
Spagna	2019	11	4	3	2	33	17	0	0	11	8	0	0	58	31
		122%	44%	150%	100%	25%	13%	0%	0%	23%	17%	0%	0%	27%	15%
	2020	8	3	2	1	25	6	3	1	3	13	0	3	41	27
		57%	21%	67%	33%	17%	4%	23%	8%	7%	32%	0%	38%	18%	12%
	2021	3	6	0	2	21	17	4	1	5	11	1	2	34	39
	1%	3%	0%	1%	10%	8%	2%	1%	2%	5%	1%	1%	15%	18%	
Germania	2019	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	2020	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
		0	0	0	0	20%	0	0	0	0	0	0	0	20%	0%
	2021	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	2	1
	0%	0%	0%	0%	17%	17%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	33%	17%	
Regno Unito	2021	2	8	1	1	8	9	2	0	1	5	1	0	15	23
	2%	10%	1%	1%	10%	11%	2%	0%	1%	6%	1%	0	18%	28%	



► **Ore medie di formazione pro capite per i dipendenti per qualifica e genere**

Qualifica	Anno	M	F	Tot.
MANAGER	2019	8,7	17,4	9,9
	2020	9,1	23,6	10,9
	2021	13,4	11,7	13,1
IMPIEGATI	2019	14,5	7,5	12,3
	2020	7,4	6,2	7,0
	2021	13	10,3	12,1
OPERAI	2019	3,8	5	3,9
	2020	1,9	4,3	2,0
	2021	6,7	1,3	6,3

► **Congedo di maternità/paternità**

	2020			2021		
	M	F	Tot.	M	F	Tot.
Numero totale dei dipendenti con diritto al congedo parentale	1.389	194	1.583	1.474	226	1.700
Numero totale dei dipendenti che hanno goduto del congedo parentale	23	7	30	27	9	36
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale	22	5	27	26	4	30
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del periodo di congedo parentale e che sono ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro	19	4	23	20	4	24
Percentuale dei dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	96%	71%	90%	96%	44%	83%
Tasso di permanenza	79%	100%	82%	91%	80%	89%



2.5

Salute e sicurezza sul lavoro

La volontà di Lucart è quella di minimizzare gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali garantendo ai propri dipendenti e a tutti coloro che lavorano negli stabilimenti e uffici un ambiente di lavoro salubre e sicuro. Per raggiungere questo obiettivo l'Azienda si è dotata di sistemi integrati e strutturati, all'interno dei quali viene declinata, implementata e monitorata la Politica della Sicurezza Aziendale. Dal 2020 tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo hanno ottenuto la certificazione multisito ISO 45001:2018. Anche gli altri stabilimenti del Gruppo adottano un identico sistema di gestione integrato.

Il crescente coinvolgimento dei lavoratori e la loro costante sensibilizzazione sulle tematiche relative alla sicurezza in azienda hanno condotto a una ulteriore riduzione degli indici di frequenza e gravità degli infortuni. Il consolidamento di positive relazioni con le organizzazioni sindacali di stabilimento e territoriali ha reso possibile, di comune accordo, il perseguimento di target sempre più ambiziosi per la sicurezza sul lavoro e la tutela della salute dei lavoratori.

In maniera continuativa le Risorse Umane hanno portato avanti, attraverso una forte sinergia con l'area sicurezza, l'aggiornamento

dei programmi di formazione previsti dall'Accordo Stato Regioni del 2011-2012 e s.m.i. per tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo.



BEST PERFORMANCE

Periodicamente viene riunito il **Comitato di Sicurezza** al quale partecipano tutti gli attori¹ principali, a partire dal Datore di Lavoro; il comitato esamina i risultati confrontandoli con gli obiettivi e definisce le azioni strategiche e operative necessarie. Ogni Stabilimento è poi dotato di strumenti di analisi e controllo ben definiti quali i **Safety Meeting**, gli **Audit** per reparto e area, i **Programmi di Miglioramento** e di **Formazione**. Ai Safety Meeting partecipano inoltre le Rappresentanze Sindacali dei singoli stabilimenti.



Gli infortuni, in particolare, sono controllati su tutti gli stabilimenti del Gruppo tramite una registrazione degli indicatori di riferimento, quali il NUMERO di INFORTUNI nel periodo, gli INDICI di FREQUENZA e di GRAVITÀ.

Particolare attenzione viene dedicata alla registrazione e all'analisi dei mancati infortuni

in modo da progettare e attuare le azioni correttive necessarie secondo il principio di prevenzione.

Per quanto riguarda gli stabilimenti italiani del Gruppo, tutte le attività di cui sopra sono realizzate in stretta relazione con l'Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2011.

¹ Il comitato di Sicurezza è composto da: gli Amministratori delle società del Gruppo, il Chief Operations Officer, i delegati sicurezza, gli RSPP/ASPP degli stabilimenti italiani, i referenti sicurezza delle altre società del Gruppo, il Chief HR Officer, il Legal Counsel, il Chief Technology Officer, l'Organismo di Vigilanza.

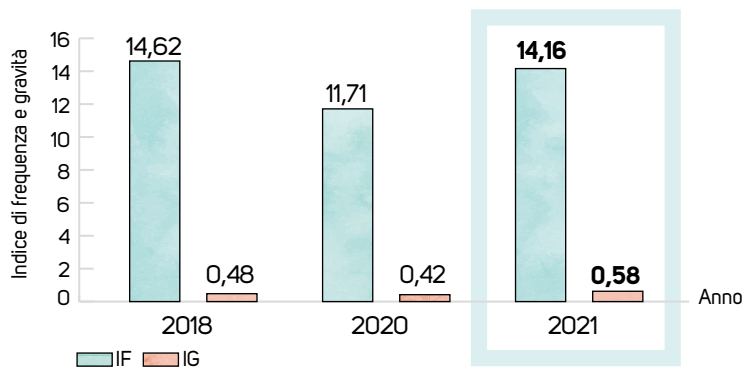
Si riportano di seguito gli andamenti degli indicatori IF (indice di frequenza) e IG (indice di gravità) per tutti gli Stabilimenti produttivi del Gruppo Lucart.

► Numero Infortuni e Indici Infortunistici¹ 2021

Unità produttiva	Numero infortuni totale	Numero infortuni > 3 gg	Numero infortuni > 180 gg	IF	IG
AVIGLIANO	0	0	0	0	0
CASTELNUOVO DI GARFAGNANA	4	4	0	15,62	0,44
BORGO A MOZZANO	7	7	0	9,75	0,52
ALTOPASCIO	0	0	0	0	0
PORCARI	9	9	0	19,5	0,27
TORRE DI MOSTO	2	1	0	23,6	1,7
LAVAL SUR VOLOGNE	7	6	0	11,94	0,86
NYERGESÚJFALU	1	1	0	6,6	0,03
ARANGUREN	5	5	0	30,88	1,08
ARTZINIEGA	3	3	0	20,96	0,92
GÜEÑES	0	0	0	0	0
BLACKMORE PARK	2	2	0	22,96	0,69
Totale	40	38	0	14,16	0,58

Gli indici comprendono solo i dipendenti delle società con stabilimenti produttivi e logistici e non distinguono per genere essendo le donne per lo più impiegate negli uffici.

► Indici di Frequenza² e Gravità³



► “Obiettivo Zero”

Negli ultimi anni in tutti gli stabilimenti italiani sono stati conseguiti numerosi successi nel percorso di abbattimento degli infortuni sul lavoro e anche nel 2021 Lucart si è confermata azienda virtuosa in tale ambito con lo stabilimento di Avigliano che ha centrato per l’ottavo anno consecutivo il prestigioso “Obiettivo Zero”.



► Avigliano: più di 3.200 giorni senza infortuni

Una menzione speciale va sicuramente allo stabilimento di Avigliano che ha superato i 3200 giorni senza infortuni. Le soluzioni adottate nello stabilimento per una efficace prevenzione degli infortuni sono state implementate come standard di riferimento per tutti gli altri siti del Gruppo.

3.200
GIORNI SENZA
INFORTUNI

¹ Per uniformità con la legge italiana, gli indici infortunistici tengono conto dei soli infortuni con assenza superiore ai 3 giorni e non includono gli infortuni in itinere.

² Indice di Frequenza (IF): Numero di infortuni/Ore lavorate x 1.000.000.

³ Indice di Gravità (IG): Giorni di assenza per infortuni/Ore lavorate x 1.000.

PROTEGGI IL TUO FUTURO

SEGUI LA SICUREZZA

FERMATI | PENSA | CHIEDI

LUCART
SHARING THE FUTURE

► Campagna “Segui la Sicurezza”

Dalla collaborazione fra il Servizio di Prevenzione e Protezione del Gruppo, la Direzione Risorse Umane e l'Ufficio Comunicazione, è stata ideata nel 2021 e lanciata nel primo trimestre del 2022, una campagna di comunicazione dedicata alla responsabilità individuale nella prevenzione

dei rischi legati alle operazioni di lavoro. Protagonisti della campagna sono stati proprio alcuni lavoratori dell'Azienda che si sono prestati, con i loro figli, a un servizio fotografico per valorizzare il ruolo fondamentale della prevenzione nell'assicurare benessere e serenità tanto in azienda quanto a casa e nel tempo libero.



2.6

Relazioni con gli stakeholder

Le relazioni con gli stakeholder dell'Azienda (clienti e consumatori finali, azionisti e finanziatori, dipendenti, fornitori, comunità locale, media, organizzazioni sindacali, enti di regolamentazione, organizzazioni non governative,

associazioni di categoria, scuole/ università ed enti di ricerca), sono improntate al rispetto del sistema normativo del Codice Etico di Lucart con i suoi principi di legalità, lealtà, trasparenza, imparzialità e indipendenza.

Il dialogo con gli stakeholder si concentra sulle tematiche rilevanti così come individuate dall'Analisi di Materialità descritta nel capitolo 1.



Clienti e consumatori finali

Lucart si impegna a soddisfare i propri clienti in adempimento agli obblighi fissati dalla normativa, dai contratti e dagli standard di qualità prefissati.

Gli obiettivi principali sono la soddisfazione e la tutela dei propri clienti, la sicurezza del prodotto, l'attenzione alle richieste specifiche, il miglioramento della qualità dei prodotti e l'offerta di nuove

prospettive di business. Tutto questo nella logica di una partnership orientata a soluzioni di avanguardia stabili nel tempo e di semplice utilizzo, che creino valore.

Le attività di comunicazione con i clienti e i consumatori finali, si sono concentrate sulle tematiche individuate come rilevanti secondo l'analisi di materialità e hanno quindi riguardato in particolare: in-

tegrità e sostenibilità del business, contrasto ai cambiamenti climatici, sviluppo sostenibile del prodotto, approvvigionamento responsabile, sicurezza del prodotto, soddisfazione del cliente. Per una analisi di dettaglio si veda il capitolo 4.



Azionisti e Finanziatori

Lucart si è da sempre contraddistinta per un rapporto aperto e trasparente con gli stakeholder finanziari, promuovendo una partnership finanziaria attiva improntata a una costante condivisione delle strategie aziendali e di investimento per concertare le più adeguate e avanzate soluzioni capaci di fornire supporto ai fabbisogni finanziari. Nel corso del 2021, a fronte della difficile situazione creatasi per

effetto della pandemia, pur mitigata da andamenti di business favorevoli per il settore, il livello di condivisione di informazioni rilevanti sugli adeguamenti delle strategie e dei trend economico finanziari si è incrementato per frequenza, qualità e profondità al fine di permettere una sempre più forte partnership che ha portato il Gruppo a reperire importanti risorse finanziarie. Tali risorse sono finalizzate a suppor-

tare l'ambizioso piano di sviluppo e di investimenti del Gruppo e pongono le basi per una ulteriore evoluzione della relazione verso la condivisione di obiettivi strategici di comune interesse, come quelli legati all'approccio integrale verso la sostenibilità e le opportunità derivanti dalla finanza "Green" tipiche del Gruppo.



Dipendenti

Le persone sono il fulcro intorno al quale ruota l'essenza del Gruppo Lucart.

Per questo motivo Lucart tutela e promuove il loro valore, il loro sviluppo e il loro successo, allo scopo di migliorare e accrescere il proprio patrimonio e la propria competitività.

Lucart offre pari opportunità a tutti i dipendenti sulla base delle loro qualifiche professionali e capacità, senza alcuna discriminazione di religione, sesso, razza, credo politico o sindacale, adottando unicamente criteri meritocratici, di competenza ed esperienza.



► Formazione per la sicurezza sul lavoro

Lucart fornisce e garantisce ai propri dipendenti un adeguato ciclo formativo sul tema della sicurezza sul lavoro.

Al momento dell'ingresso del nuovo dipendente in azienda, a seconda del gruppo omogeneo di appartenenza (individuato dal documento di valutazione dei rischi), viene pianificata la formazione necessaria.

Il "Corso di formazione obbligatoria lavoratori" precede qualsiasi attività operativa, e rappresenta il primo ciclo di formazione in azienda. Questo tipo di formazione può avere durata di 8 o 16 ore in base al gruppo omogeneo di appartenenza.

Il Servizio di Protezione e Prevenzione di Stabilimento informa la Direzione Risorse Umane delle attività che svolgerà il nuovo assunto.

L'Azienda ha individuato dei "Ruoli di Sicurezza" ai quali è associato

un percorso formativo mirato che la Direzione Risorse Umane attiverà per la risorsa specifica. I lavoratori ricevono quindi sia la formazione obbligatoria di base sia gli aggiornamenti richiesti dalla normativa vigente.

Tale percorso formativo viene seguito non soltanto al momento di ingresso dei nuovi assunti, ma anche in caso di variazione/integrazione di mansione e/o "Ruolo di Sicurezza".

► Formazione e competenze tecniche trasversali

Tutti i percorsi formativi, che non rientrano nell'ambito della sicurezza sul lavoro, vengono pianificati a partire dalla rilevazione dei fabbisogni formativi.

Nella pianificazione annuale la Direzione Risorse Umane, in collaborazione con le singole Direzioni aziendali, raccoglie e definisce le richieste dei fabbisogni formativi dei dipendenti Lucart per l'anno successivo.

In base ai criteri di priorità formativa ed equità della distribuzione

delle risorse, la Direzione Risorse Umane pianifica le azioni formative da implementare, scegliendo i Professionisti idonei con i quali andrà a definire i contenuti specifici e gestirà gli aspetti organizzativi dell'intervento.

Eventuali richieste aggiuntive, emerse in momenti successivi rispetto a quelli iniziali di raccolta dei fabbisogni formativi o successive al mutamento degli scenari organizzativi, tecnologici e normativi, vengono discusse e valutate

dalla Direzione Risorse Umane di concerto con i Responsabili di funzione.

Il percorso formativo implementato per le singole risorse non è mai standardizzato sulla tipologia di ruolo aziendale, ma è strutturato ad hoc in base alle conoscenze e competenze del dipendente, al fine di colmare eventuali gap rispetto a quanto richiesto dal ruolo, sia in termini di conoscenze tecniche sia in termini di competenze trasversali.

► Lucart Academy

L'idea del progetto Lucart Academy, nato con lo scopo di rafforzare le competenze dei giovani ingegneri Lucart su tematiche tecniche e gestionali grazie a tutor interni individuati principalmente nelle aree di Manufacturing, Engineering e

Ricerca e Sviluppo, è stato lanciato a fine 2019.

A partire da settembre 2020 i primi sette partecipanti hanno iniziato a seguire le lezioni guidati dai docenti Lucart. I giovani

ingegneri sono affiancati da esperti tecnici aziendali che li seguono in aula, nei dipartimenti aziendali (affiancamento On The Job) e mediante lezioni virtuali, in accordo con la normativa vigente e i protocolli aziendali in materia di sicurezza Covid-19.

Nelle prime 90 ore di lezione sono state affrontate le tematiche trasversali relative all'organizzazione e ai valori aziendali, ai processi industriali, alla sostenibilità e al posizionamento commerciale.

Nel corso del 2021 il percorso formativo è stato completato portando a termine quattro progetti di miglioramento tecnico e produttivo.

Sempre durante il 2021 è iniziato un altro importante percorso formativo, denominato Brand Value Academy, con lo scopo di creare un quadro comune strategico tra i team commerciali e marketing della Business Unit Away from Home e di aumentare l'efficacia delle prestazioni dei vari brand.



► Valutazione delle competenze

Lucart crede fermamente che esplicitare e formalizzare il processo di valutazione delle competenze dei collaboratori porti un significativo valore aggiunto all'interno dell'organizzazione: è un atto di trasparenza, chiarezza e lealtà che aiuta l'organizzazione e le persone che ne fanno parte, ad avere piena consapevolezza dei valori in cui crede e degli stili relazionali che intende promuovere per migliorare il benessere delle persone e le loro performance. Per Lucart, quindi, la valutazione delle Risorse Umane è un processo attraverso il quale le persone si orientano e possono valorizzare le competenze distintive utili, migliorarne i risultati e accrescere il valore del capitale umano.

La valutazione delle competenze (Skill Mapping) è il processo di valutazione delle soft e technical skill dei dipendenti Lucart con l'obiettivo di individuare sia eventuali aree di miglioramento sia punti di forza da valorizzare, ma anche di orientamento delle persone ai comportamenti ritenuti strategici dall'Azienda (Evaluation e Improvement).

Coerentemente con questa visione, Lucart ha strutturato il processo di valutazione delle competenze affidandone gli strumenti ed estendendone la platea, consapevole che si tratta di un processo in continua trasformazione sia per i presupposti metodologici sottesi, sia per la progressiva e inevitabile evoluzione tecnologica, che porterà con sé la possibilità di semplificare la parte amministrativa e supporterà gli utenti (valutati e valutatori) nella lettura, analisi e interpretazione delle valutazioni effettuate.

Nell'anno 2020 il processo non è stato eseguito in Italia a causa della migrazione a un nuovo software per la gestione delle Risorse Umane. Questo nuovo software permetterà un'integrazione e standardizzazione di gruppo di tutti i processi HR aziendali compreso il processo di valutazione delle competenze. In preparazione al nuovo gestionale, che vedrà la sua introduzione per il 2022, Lucart ha quindi apportato la seguente modifica: lo schema di valutazione è stato semplificato e personalizzato rispetto alle edizioni precedenti, inserendo i riferimenti ai

valori aziendali e alle competenze tecniche dei ruoli aziendali. Rimane la possibilità di un'autovalutazione da parte dei collaboratori, che in una seconda fase, verranno valutati dal proprio responsabile.

Dopo la fase di valutazione (auto ed etero) è prevista una fase di "restituzione", durante la quale ogni responsabile è chiamato a condividere le sue riflessioni con i propri collaboratori, facendo di questo processo un momento di riflessione su come il dipendente si valuta e viene valutato dal suo responsabile, con l'obiettivo dichiarato di incidere positivamente sull'evoluzione e il miglioramento di comportamenti, performance e crescita personale.

► Percentuale dei dipendenti che hanno ricevuto una valutazione regolare dello sviluppo di carriera per categoria e genere

Qualifica	Anno	M	F
MANAGER	2019	83%	59%
	2020	14%	25%
	2021	13%	5%
IMPIEGATI	2019	70%	75%
	2020	13%	19%
	2021	14%	6%
OPERAI	2019	13%	37%
	2020	15%	41%
	2021	9%	30%

► Lavoro Agile (Smartworking)

A marzo 2020 è partito il progetto pilota "Lavoro Agile". Tra i principali obiettivi dell'Azienda una migliore conciliazione dei tempi di vita casa e lavoro dei dipendenti, un focus rispetto alla sostenibilità ambientale nonché una maggiore qualità del lavoro e una migliore organizzazione degli spazi interni.

Le prime Direzioni coinvolte nel progetto, a seguito di una analisi di fattibilità che ha preso in considerazione anche i benefici attesi nelle singole funzioni aziendali, sono state la Direzione Marketing Away from Home, la Direzione Acquisti e

la Direzione Information and Technology al completo con sede negli stabilimenti italiani del Gruppo.

I lavoratori di queste Funzioni aziendali hanno potuto aderire in maniera volontaria al progetto, firmando un accordo individuale così come previsto dal Decreto Legge 81/2017. Tutti i partecipanti hanno avuto la possibilità di lavorare fuori dalla propria postazione di ufficio da una a due volte alla settimana, così come definito dalla loro Direzione.

Il progetto pilota aveva una durata di 8 mesi, dal 02 marzo al 31

ottobre 2020, e in una prima fase ha avuto dei riscontri positivi da parte del personale coinvolto. Con la situazione contingente mondiale, subentrata a cavallo della sperimentazione, la modalità "smartworking" è diventata una modalità diffusa in azienda, interessando tutti gli uffici e funzioni in tutti gli stabilimenti del Gruppo.

Lucart ha quindi deciso, al termine del periodo di emergenza Covid-19, di mantenere il lavoro agile nell'organizzazione del lavoro per tutti coloro che lavorano in ufficio.



Fornitori

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto sono basate su una valutazione della qualità, del TCO (Total Cost of Ownership) dei beni e servizi richiesti, della capacità di fornire e garantire tempestivamente beni e servizi di livello adeguato alle specifiche esigenze della Società.

Lucart adotta un criterio di selezione del fornitore improntato al rispetto della normativa vigente, del regolamento interno e del codice etico; in nessun caso un fornitore dovrà essere preferito a un altro in ragione di rapporti personali, favoritismi o vantaggi diversi da quelli dell'esclusivo interesse e beneficio di Lucart.

Per l'acquisto delle cellulose vergini al di fuori della Comunità Europea in particolare, l'acquisto avviene solo dopo attenta valutazione ai sensi dell'EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.).

La totalità delle cellulose utilizzate proviene da catene di custodia certificate e le certificazioni adottate (FSC®, PEFC™ e SFI®) oltre al rispetto della corretta gestione ambientale, garantiscono anche il rispetto dei diritti dei lavoratori e delle comunità locali.

Gli acquisti sono per lo più concentrati in Italia, Francia, Spagna, Ungheria e UK, paesi che al momento ospitano gli stabilimenti

del Gruppo. Nella tabella che segue abbiamo considerato come acquisti locali tutti gli acquisti effettuati all'interno del paese sede della società.

La società Lucart Kft. è dotata di uno stabilimento produttivo di sola trasformazione e conseguentemente importa bobine di carta da trasformare dalle altre filiali del Gruppo. Funge anche da hub di distribuzione per l'est Europa di prodotti finiti AFH che in parte sono prodotti in altri stabilimenti del Gruppo.

► Distribuzione Geografica Acquisti

Lucart S.p.A.		Lucart S.a.s.		Lucart Tissue & Soap S.L.U.		Lucart Kft.		Lucart Hygiene Ltd.	
ITALIA	66%	FRANCIA	63%	SPAGNA	66%	UNGHERIA	9%	UK	52%
ESTERO	34%	ESTERO	37%	ESTERO	34%	ESTERO	91%	ESTERO	48%



Comunità Locale



Lucart intrattiene regolari rapporti con le istituzioni locali, con associazioni di volontariato, come la Croce Rossa o le Misericordie o la protezione civile e con le scuole pubbliche presenti sul territorio al fine di contribuire al benessere delle comunità locali. I contatti diretti

permettono di arrivare velocemente alla conoscenza delle effettive esigenze e al loro soddisfacimento.

Nel 2021, causa pandemia, non è stato possibile organizzare il ciclo di visite degli studenti nei vari stabilimenti. I contatti con le scuole del

territorio lucchese, finalizzati allo sviluppo della cultura del riciclo e dell'utilizzo consapevole dei prodotti, sono stati comunque mantenuti sostenendo la partecipazione degli istituti all'iniziativa "Puliamo il Mondo" di Legambiente.



Media

I rapporti con i Media sono improntati ai principi della trasparenza e collaborazione e sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione Corporate che raccoglie le richieste di informazioni provenienti dai giorn-

listi provvedendo a fornire le informazioni richieste. Nel 2021 l'Ufficio Stampa Lucart ha attivamente informato i Media con particolare attenzione alle tematiche relative alla sostenibilità, all'economia

circolare, agli investimenti e alle attività con finalità sociale svolte sul territorio. Per tutte le informazioni di dettaglio è possibile consultare il capitolo 4.



Organizzazioni Sindacali

SDGs  | GRI 102-41

Da sempre Lucart mantiene con le Organizzazioni Sindacali un sistema di Relazioni Industriali strutturato, basato su un confronto costruttivo, sia a livello locale e provinciale, sia a livello internazionale con il CAE – Comitato Aziendale Europeo.

Nelle aziende Italiane del Gruppo viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale del lavoro "Cartario e Cartotecnica Industria", e oltre a questo, sono presenti accordi aziendali di secondo livello il cui obiettivo è gestire, d'intesa con le rappresentanze dei diversi stabili-

menti, le crescenti sfide di business e le esigenze dei lavoratori. Nel corso del 2021 Lucart, si è impegnata nel rinnovo dei contratti di secondo livello scaduti andando a migliorare i sistemi di incentivazione variabile che incidono sul coinvolgimento e la motivazione di tutti i dipendenti e prevedendo l'integrazione di istituti di welfare all'interno dei diversi siti.

Per far fronte all'emergenza pandemica legata alla diffusione del Covid-19, Lucart ha istituito fin da subito dei comitati di monitoraggio aziendali nei diversi siti produttivi,

al fine di garantire una quanto più puntuale e condivisa gestione della criticità sanitaria con le rappresentanze dei lavoratori nonché l'istituzione di specifici protocolli finalizzati a limitare la diffusione del virus all'interno del perimetro aziendale, pur garantendo la continuità produttiva dei siti.

Nelle consociate estere del Gruppo il rapporto di lavoro è regolamentato da contrattazione collettiva in Francia e Spagna (per la totalità dei dipendenti) e individuale negli altri Paesi.



Rapporti con la Pubblica Amministrazione

Nel rapporto con la Pubblica Amministrazione, Lucart presta particolare attenzione al pieno rispetto delle norme nazionali e sovranazionali vigenti. Si impegna inoltre ad adempiere a tutte le procedure di tipo burocratico relative a ogni atto, comportamento, accordo o procedura di negoziazione o assegnazione, affinché ogni condotta di Lucart punti alla massima trasparenza, correttezza e legalità. A febbraio 2022 è stata anche approvata dal Consiglio di Amministrazione una specifica Policy anticorruzione.

Nel corso delle trattative d'affari in essere oppure richieste, o ai rapporti commerciali con la Pubblica Amministrazione, dovranno essere tenuti comportamenti tali da non influenzare in modo non corretto la decisione della controparte.

La gestione di trattative, l'assunzione di impegni e l'esecuzione di rapporti di qualsivoglia genere con la Pubblica Amministrazione, sono

riservati esclusivamente ai soggetti interni, muniti degli appositi poteri, a ciò preposti. Non sono ammesse pratiche e comportamenti collusivi di qualsiasi natura o forma, pratiche di corruzione attiva o passiva.

Non è consentito esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale o indiretto, oppure sollecitare od ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti. Durante l'esecuzione dei rapporti di affari si deve rispettare quanto stabilito nel contratto, evitando sostituzioni non autorizzate e predisponendo adeguati meccanismi di controllo e di salvaguardia, avvalendosi solo della collaborazione di persone competenti e adeguate.

Qualora la Società utilizzi un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentato nei rapporti

verso la Pubblica Amministrazione, nei confronti di tali soggetti e del loro personale si applicano le stesse direttive valide per i dipendenti dell'Ente.

In caso di controlli da parte delle Autorità di Vigilanza, Lucart garantisce la massima collaborazione e assistenza, supportando le autorità durante le procedure ispettive e impegnandosi a fornire sollecito riscontro ed esecuzione alle richieste avanzate.



GRI 413-1

Contributi, donazioni, sponsorizzazioni e omaggi

Lucart può aderire alle richieste di contributi limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni dichiaratamente senza fini di lucro.

Tali contributi dovranno essere erogati in favore di attività di elevato valore culturale e/o sociale in linea con la filosofia della società. Quanto alle donazioni, Lucart non ammette alcuna forma di regalo che possa essere interpretata come eccedente le normali pratiche commerciali o di cortesia, o comunque

rivolta ad acquisire trattamenti di favore nella conduzione di qualsiasi attività a essa collegabile.

È inoltre vietata qualsiasi forma di regalo a funzionari pubblici, o a loro familiari, che possa influenzare l'indipendenza di giudizio o indurre ad assicurare un qualsiasi vantaggio.

Si precisa che tale norma riguarda sia i regali promessi od offerti sia quelli ricevuti, intendendosi per regalo qualsiasi tipo di beneficio

(partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, utilità o beneficio a vario titolo, ecc.).

Nel 2021 Lucart, durante l'emergenza Covid, ha donato agli ospedali, alle istituzioni locali e alla Croce Rossa numerosi dispositivi di protezione individuale. Prodotti a uso igienico sanitario sono stati donati ad associazioni attive sul territorio a supporto delle famiglie in difficoltà.



Organizzazioni non governative e associazioni di categoria

Lucart favorisce i rapporti di carattere associativo e di partnership con enti profit e non-profit con i quali condivide valori e interessi comuni. Ricordiamo in particolare:

WE SUPPORT



► **GLOBAL COMPACT NETWORK ITALIA**

La Fondazione nasce con lo scopo primario di contribuire allo sviluppo in Italia del Global Compact delle Nazioni Unite, iniziativa per la promozione della cultura della cittadinanza d'impresa promossa e gestita su scala globale dalle Nazioni Unite.



► **KYOTO CLUB**

Organizzazione non profit costituita da imprese, enti, associazioni e amministrazioni locali, impegnati nel raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas-serra.



► **UNIVERSITÀ DI SCIENZE GASTRONOMICHE DI POLLENZO**

UNISG è l'Università che forma il Gastronomo, figura professionale innovativa con una conoscenza critica e olistica del settore agroalimentare, in grado di lavorare per orientare la produzione, la distribuzione e il consumo di cibo verso scelte corrette e sostenibili.



► **SCUOLA SUPERIORE SANT'ANNA DI PISA**

Istituto Universitario pubblico a statuto speciale che opera nel campo delle scienze applicate.



► **UNIVERSITÀ DI PISA**

Istituto Universitario fondato nel 1343 a Pisa che ospita 20 dipartimenti.



► **ITS PRIME TECH ACADEMY**

Fondazione che realizza percorsi biennali post diploma per la formazione di tecnici specializzati.



► **ICESP**

Piattaforma italiana degli stakeholder per l'economia circolare.



► **SLOW FOOD**

Associazione internazionale non-profit impegnata a ridare valore al cibo, nel rispetto di chi produce, in armonia con ambiente ed ecosistemi, grazie ai saperi di cui sono custodi territori e tradizioni locali.



► **FEE-ECO SCHOOLS**

Programma internazionale di certificazione per le scuole che intendono promuovere la sostenibilità attraverso l'educazione ambientale e la gestione ecologica dell'edificio scolastico, promosso dalla Foundation for Environmental Education.



► **CONFINDUSTRIA**

La principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia.



► **ASSOCARTA**

Associazione imprenditoriale di categoria che aggrega, rappresenta e tutela le aziende che producono in Italia carta, cartoni e paste per carta.



► **COMIECO**

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica. La sua finalità è il riciclo e il recupero degli imballaggi di origine cellulosica.



► **ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO**

Network associativo di riferimento per la filiera del packaging.



► **EUROPEAN TISSUE SYMPOSIUM**

La maggiore associazione di categoria indipendente (non-profit), che difende gli interessi del settore dei Prodotti di Carta Tissue in Europa.



► **AFIDAMP**

Società che riunisce e rappresenta le diverse anime della filiera della pulizia professionale in Italia. Raccoglie produttori, importatori e distributori di prodotti, macchinari, carta e attrezzature, oltre ad altri organismi settoriali.



► **GREEN ECONOMY NETWORK**

Rete promossa da Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza, per stimolare nuove alleanze tra le imprese che offrono prodotti, tecnologie e servizi per la sostenibilità ambientale ed energetica, per dare visibilità alle loro competenze.



► **EDANA**

Associazione internazionale che rappresenta le industrie del settore non-woven.



► **COPACEL**

Associazione francese che rappresenta le industrie cartarie.



► **PAPEST**

Associazione delle industrie cartarie della Francia dell'est.



► **REVIPAC**

Organismo francese di raccolta e riciclaggio degli imballaggi in carta e cartone.



► **REVI GRAPH**

Organismo francese della filiera del recupero delle carte grafiche.



► **GROUP'HYGIÈNE**

Associazione francese dei fabbricanti di prodotti per l'igiene, la salute e la pulizia.



▶ **ASPAPPEL**

Associazione spagnola dei produttori di cellulosa e carta.



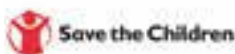
▶ **CLUSTER PAPEL**

Associazione basca dei produttori di carta e società ausiliari.



▶ **MAKE A WISH**

ONLUS che realizza i desideri dei ragazzi di età compresa tra i 3 e i 7 anni affetti da gravi patologie.



▶ **SAVE THE CHILDREN**

Onlus indipendente che opera nella risposta alle emergenze, protezione dall'abuso e sfruttamento, contrasto alla povertà e sicurezza alimentare, rafforzamento dei sistemi di tutela dei diritti e partecipazione dei minori.



▶ **MUS.E**

Associazione che cura la valorizzazione del patrimonio dei Musei Civici fiorentini e più in generale della città di Firenze.



▶ **FONDAZIONE MEYER**

Fondazione che supporta le attività di comunicazione, marketing e raccolta fondi per l'ospedale pediatrico Meyer di Firenze.



▶ **FONDAZIONE FRANCESCA RAVA**

Fondazione che aiuta l'infanzia in condizioni di disagio in Italia e nel mondo.



▶ **AUSED**

Associazione di Utenti dei Sistemi e delle Tecnologie dell'Informazione, indipendente e senza scopi di lucro che raccoglie aziende operanti nei settori industriale, manifatturiero, dei servizi, nonché alcuni enti.



▶ **IPPR**

Istituto per la promozione della plastica da riciclo per le aziende produttrici e distributrici di plastiche da riciclo e relativi manufatti.



▶ **CCIU**

La camera di commercio italiana per l'Ungheria è una associazione senza scopo di lucro con sede a Budapest che costituisce il luogo di incontro, integrazione e sviluppo della comunità imprenditoriale italo-ungherese.



▶ **ISTITUTO DI CULTURA ITALIANA**

L'Istituto Italiano di Cultura di Budapest ha come obiettivo la promozione e la diffusione della lingua e della cultura italiana attraverso l'organizzazione di eventi culturali per favorire la circolazione delle idee, delle arti e delle scienze.



▶ **CHSA**

Associazione che rappresenta i produttori e distributori di prodotti per l'igiene e la pulizia industriale in Gran Bretagna.





Scuole, Università ed Enti di ricerca

► Alternanza Scuola Lavoro

Lucart è fermamente convinta che la qualità dei propri processi e dei propri prodotti sia strettamente connessa con la qualità delle competenze delle proprie persone. Per questa ragione progetta e realizza programmi interni di sviluppo e partnership con istituzioni formative esterne, per facilitare e consolidare lo sviluppo delle competenze dei dipendenti e per aiutare i giovani a costruire una professionalità spendibile negli stabilimenti del Gruppo e nel tessuto economico locale.

In questo senso, Lucart ha avviato numerose collaborazioni con scuole tecniche in Italia, in Francia, in

Ungheria e in Spagna, con l'obiettivo di contribuire all'orientamento dei giovani, promuovendo i percorsi formativi a indirizzo cartario.

Molti professionisti Lucart portano la propria conoscenza direttamente all'interno delle scuole, tenendo lezioni e seminari sui processi di produzione e trasformazione della carta. In questo modo consentono agli studenti di comprendere e apprezzare l'applicazione pratica dei concetti teorici appresi nel loro percorso scolastico.

Infine, oltre a svolgere presso le scuole attività di orientamento,

Lucart coopera all'attuazione dei piani di studio dei percorsi tecnici, ospitando studenti per periodi di tirocinio in Azienda: si tratta di un passaggio fondamentale per consolidare le competenze teoriche acquisite a scuola e consolidarle con un'esperienza diretta negli stabilimenti e nei laboratori dell'Azienda. Questi momenti di scambio rappresentano, tra l'altro, anche per l'Azienda un'occasione unica per entrare in contatto con molti potenziali candidati interessanti che diventeranno in futuro i tecnici più qualificati.

► Istituti Tecnici Superiori (ITS)

Lucart nel 2019 ha portato a compimento, insieme con Assocarta, Confindustria e altre aziende del territorio lucchese, la progettazione e la partenza del primo ITS - Paper in Toscana, entrando a far parte della Fondazione che sovrintende l'erogazione dei corsi sotto

l'autorizzazione della Regione. Nello specifico il corso intende formare figure altamente qualificate per lo svolgimento del processo produttivo nelle industrie del settore cartario.

Dopo aver contribuito alla progettazione e all'organizzazione del

corso, Lucart continuerà la propria partnership nella formazione ITS anche nelle attività di day by day, con docenze specifiche tenute dai propri responsabili tecnici ed effettuando formazione in azienda agli studenti attraverso stage specifici.

► Master Carta e Laurea Magistrale in Tecnologia e Produzione della Carta e del Cartone

Lucart è da molti anni partner del Master Carta Celsius di Lucca e ha sempre contribuito all'organizzazione con propri dipendenti come docenti d'aula.

Nel 2020 il Master Carta è stato affiancato e in parte sostituito dal nuovo corso di laurea magistrale in Tecnologia e produzione della carta e del cartone dell'Università di Pisa. Lucart contribuisce all'i-

niziativa anche con una borsa di studio dedicata a Francesco Sodini, un collega tragicamente scomparso nel 2015.

► Polo Tecnologico Lucchese

L'Azienda ha stretto una collaborazione con Logic Way, start up aderente al Polo Tecnologico Lucchese, per sviluppare tecnologie altamente innovative nel campo della supply chain.

Tale collaborazione ha portato nel 2020 all'installazione nello stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana di un sistema completamente automatico di

gestione dei flussi di ingresso e uscita dei mezzi di trasporto.

L'AMBIENTE

03

A decorative graphic element consisting of a thick green curved line with a white stripe running through its center, arching across the bottom of the large number '03'.



CI IMPEGNAMO A REALIZZARE UN MODELLO
DI BUSINESS CIRCOLARE PER RIDURRE
L'IMPATTO SUL PIANETA, CONSERVARE E ACCRESCERE
I CAPITALI NATURALI, SOCIALI ED ECONOMICI

*Crediamo nel valore della sostenibilità come impegno
verso le generazioni presenti e future*



OBIETTIVI DI
SVILUPPO
SOSTENIBILE
(SDGs)

3.1

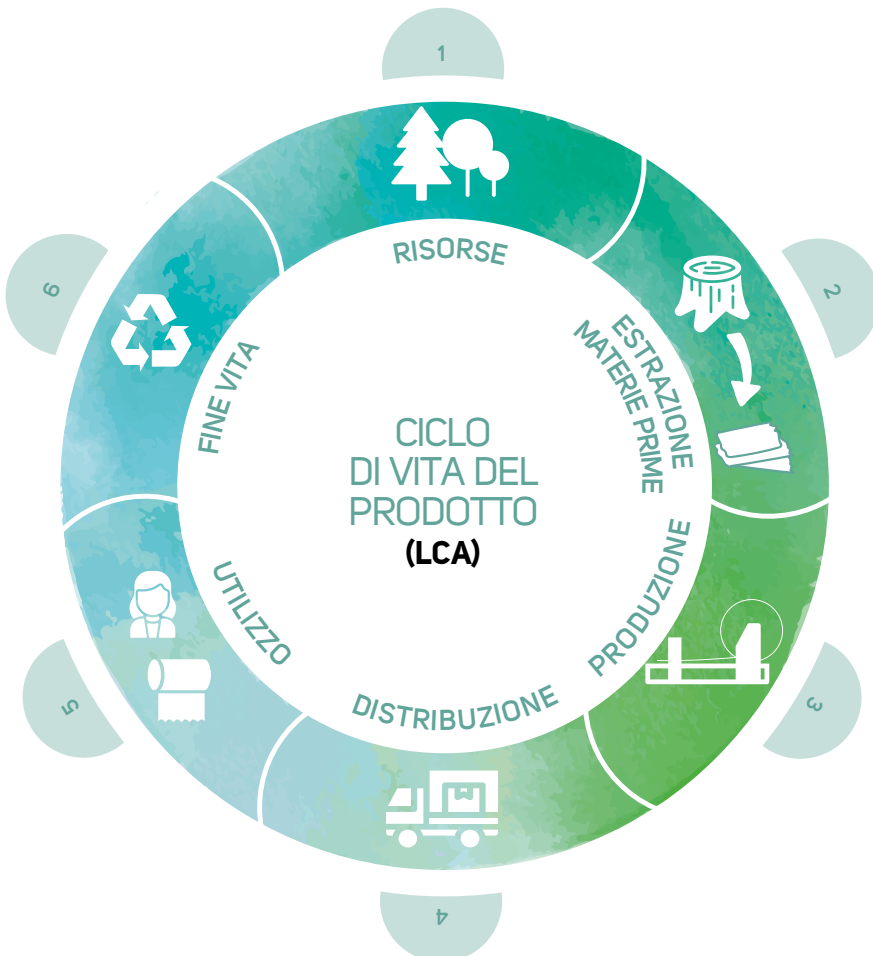
Valutazione degli impatti ambientali

Lucart, al fine di perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali dei propri stabilimenti, ha implementato un accurato Sistema di Gestione Ambientale e vigila costantemente sul rispetto delle procedure definite dal Sistema stesso.

L'Azienda pone particolare attenzione alla valutazione degli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività per individuare quelli significativi.

Al fine di migliorare gli impatti ambientali dei propri prodotti, l'Azienda effettua periodicamente specifiche analisi di ciclo di vita di prodotto (LCA) avvalendosi di enti terzi secondo metodologie standard riconosciute a livello

internazionale. Le analisi considerano l'intero ciclo di vita del prodotto (dalla culla alla tomba) a partire dall'acquisizione delle materie prime sino al fine vita, includendo le fasi di fabbricazione e distribuzione.

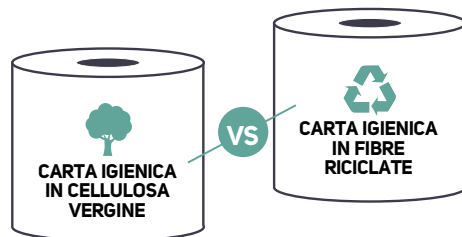




3.2

Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD®)

Nel 2018 Lucart ha condotto una analisi EPD®, basata su uno studio LCA (Life Cycle Assessment), che definisce il consumo di risorse (materiali, acqua, energia) e gli impatti sull'ambiente circostante nelle varie fasi del ciclo di vita del prodotto, su due carte igieniche di propria produzione, paragonabili per grammatura, numero di veli, numero e lunghezza degli strappi ma realizzate a partire una da fibre di pura cellulosa vergine e l'altra da fibre derivate da carta da riciclare.



Consumi nel ciclo di vita della carta igienica riciclata



- ▶ Le emissioni di CO₂ sono inferiori del 25% rispetto alle emissioni della carta igienica in cellulosa vergine, con una **riduzione di 556,85 Kg di CO₂** per tonnellata di carta prodotta.

-25%
emissioni di
CO₂



- ▶ Il consumo delle risorse idriche è inferiore del 23% rispetto alla carta igienica in cellulosa vergine, con un **risparmio di 28,35 m³ di acqua** per tonnellata di carta prodotta.

-23%
consumo di
Risorse idriche



- ▶ Il consumo di risorse rinnovabili è inferiore dell'80% rispetto alla carta igienica in cellulosa vergine, con un **risparmio di 4.125,82 kg di legno** per tonnellata di carta prodotta.

-80%
consumo di
Risorse rinnovabili

Per la lettura integrale della Dichiarazione si rimanda a: <http://www.environdec.com/en/Detail/epd1491>

Nel percorso di realizzazione della dichiarazione EPD® e dello studio LCA che ne costituisce la base scientifica, Lucart S.p.A. si è avvalsa del supporto tecnico e metodologico di un team di ricerca della **Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa** e di **Ergo s.r.l.**, società spin off della suddetta Scuola. L'analisi è stata sottoposta a certificazione da parte di un ente terzo.

DICHIARAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO

La **Dichiarazione Ambientale di Prodotto** (Environmental Product Declaration - EPD®) è uno schema di certificazione volontaria, sviluppato in applicazione della norma UNI EN ISO 14025 e rappresenta uno strumento per comunicare informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi. Le prestazioni, riportate nella EPD®, devono basarsi sull'Analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment - LCA) in accordo con le norme della serie ISO 14040, fondamento metodologico da cui scaturisce l'oggettività delle informazioni fornite.

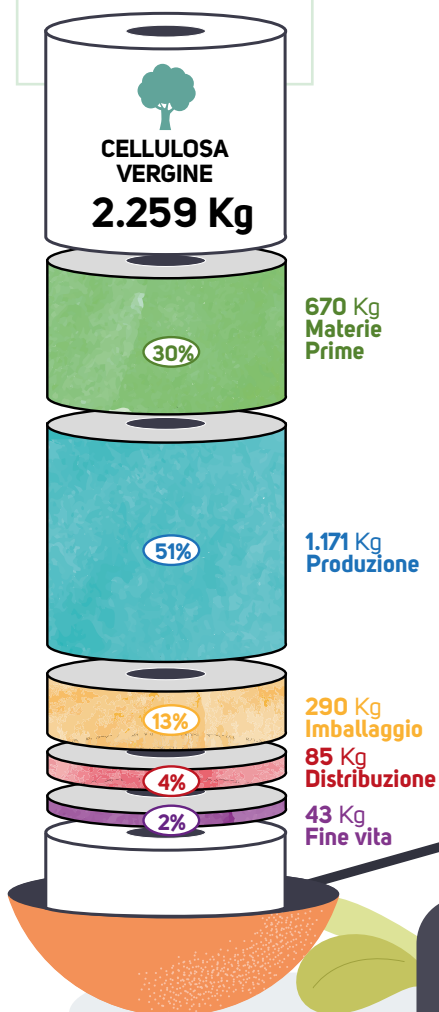
L'obiettivo principale di una EPD® è quello di fornire informazioni rilevanti, verificate e confrontabili relative all'impatto ambientale di un prodotto o di un servizio.



Impatti Ambientali Kg di CO₂ fossile emessa

VS

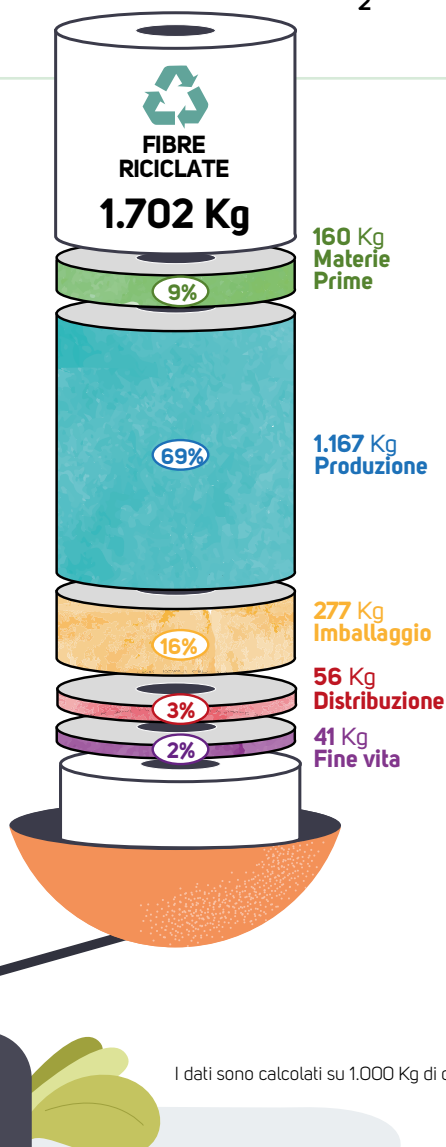
Carta igienica in cellulosa vergine



Carta igienica riciclata

Riduzione di 556,85 Kg di CO₂ per tonnellata di carta prodotta

-25%
emissioni di CO₂

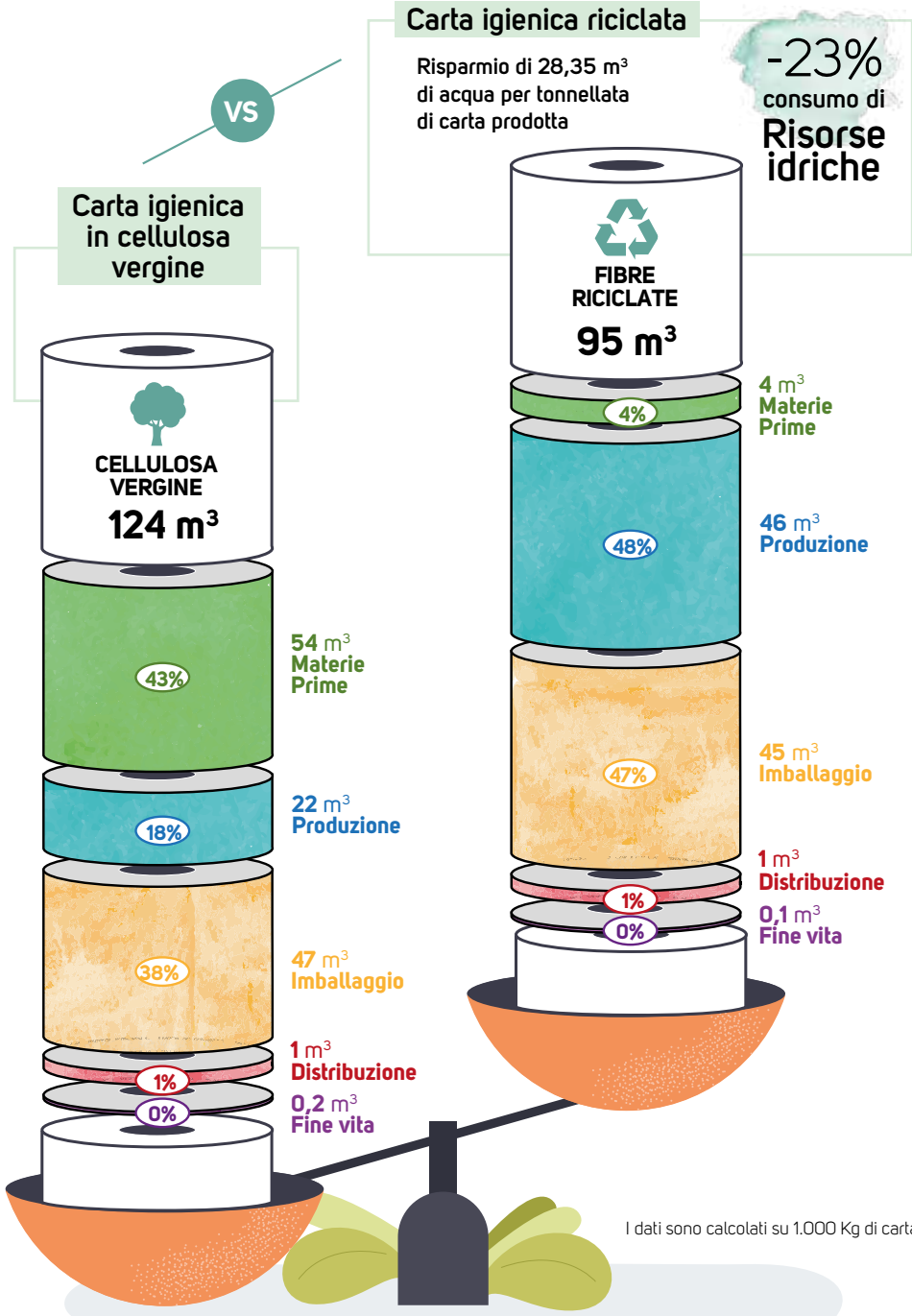


I dati sono calcolati su 1.000 Kg di carta



Impatti Ambientali m³ di acqua consumati

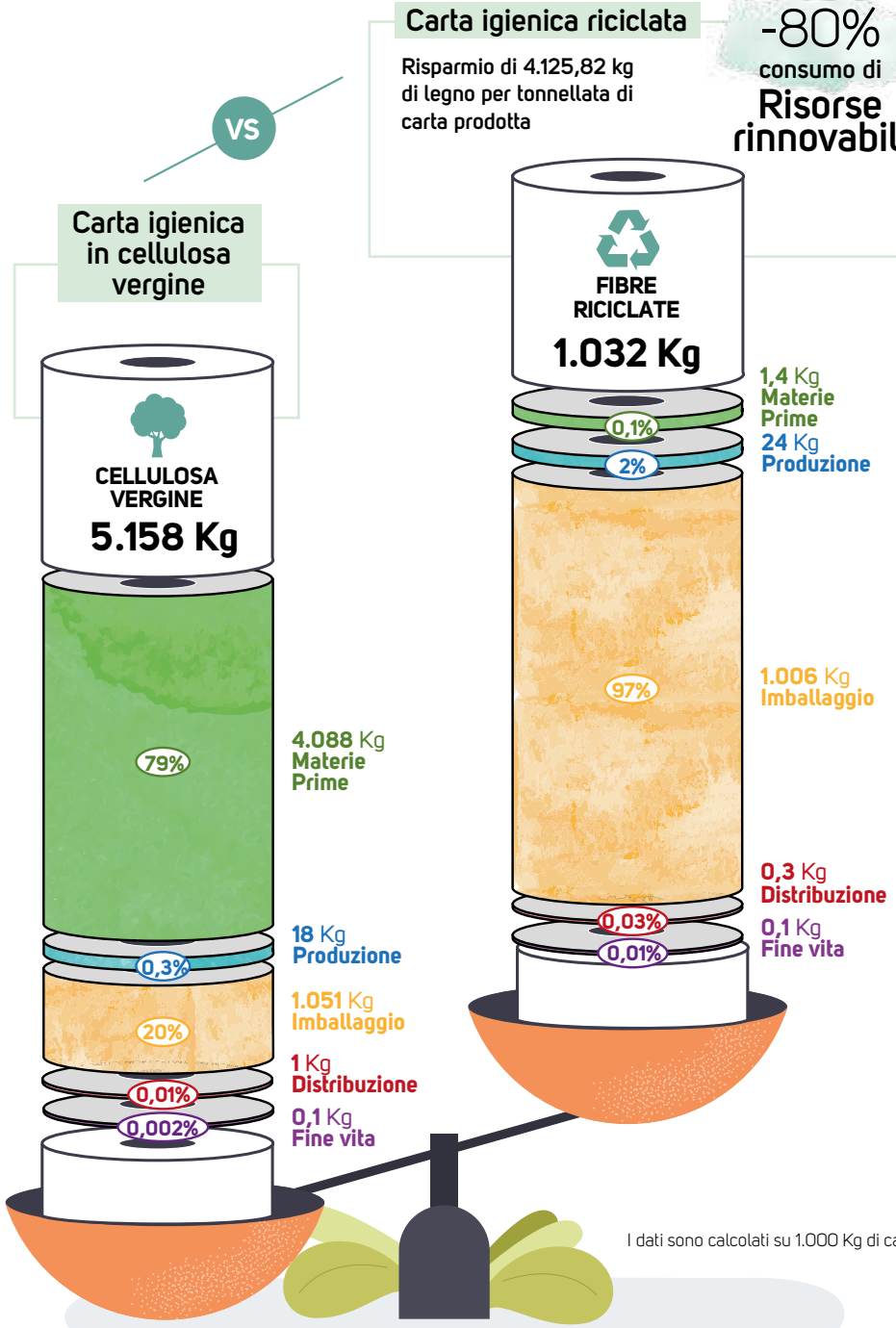
VS





Impatti Ambientali kg di risorse rinnovabili

VS





3.3

Materie Prime

Lucart produce carta a partire sia da cellulosa vergine sia da carta da riciclare.

Gli stabilimenti di Porcari, Borgo a Mozzano, Laval sur Vologne e Aranguren, hanno impianti in grado di produrre carta utilizzando sia materiale di secondo impiego sia cellulosa vergine. Lo stabilimento di

Castelnuovo di Garfagnana lavora principalmente cellulosa vergine e piccole percentuali di carta da riciclare di prima qualità.

Lo stabilimento di Avigliano utilizza solo cellulosa vergine per la

fabbricazione di carta airlaid.

Gli stabilimenti di Torre di Mosto, Nyergesújfaló, Artziniega e Blackmore Park sono dotati esclusivamente di impianti di trasformazione.



CARTA DA RICICLARE E CELLULOSA VERGINE

- ▶ Porcari
- ▶ Aranguren
- ▶ Borgo a Mozzano
- ▶ Castelnuovo di Garfagnana
- ▶ Laval sur Vologne



CELLULOSA VERGINE

- ▶ Avigliano



BOBINE JUMBO

- ▶ Torre di Mosto
- ▶ Artziniega
- ▶ Nyergesújfaló
- ▶ Blackmore Park

▶ Ripartizione per tipologia di materie prime

54%
Carta da riciclare



46%
Cellulosa vergine

L'Azienda persegue la linea di sostenibilità della propria carta incrementando progressivamente la percentuale di carta da riciclare utilizzata rispetto alla cellulosa vergine, compatibilmente con le richieste del mercato.

Nel 2021 l'impiego di carta da riciclare è cresciuto tornando ai livelli del 2019 in linea con gli obiettivi del Gruppo di raggiungere una percentuale di materie prime costituite da carta da riciclare del 60%.



BEST PRACTICE

I processi e le tecnologie implementati negli stabilimenti permettono di utilizzare un'ampia gamma di materiali riciclati fra cui le fibre di cellulosa presenti nei cartoni per bevande poliaccoppiati (Progetto Natural). Il successo delle linee Natural consente di risparmiare fibre vergini dando nuova vita alle fibre presenti nei contenitori per bevande alimentari.



Materie prime ecosostenibili e certificate

► Cellulosa vergine

Le cellulose vergini utilizzate in Azienda provengono da filiere gestite secondo criteri eco-sostenibili ossia prodotte da aziende che adottano **sistemi di gestione forestale sostenibili** conformi a schemi di certificazione riconosciuti a livello

internazionale; quindi, assicurano la continuità dell'ecosistema forestale senza alterarne l'equilibrio.

La scelta dei fornitori, accuratamente selezionati secondo gli standard Lucart e le procedure previste dai sistemi di gestione aziendale,

consente di rivolgersi a produttori che aderiscono a **standard di gestione forestale sostenibile riconosciuti** (PEFC™, FSC®, SFI® ecc.) nel rispetto delle normative comunitarie EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.) e internazionali.



Cellulosa vergine

► Carta da riciclare

Il riciclo della carta consente un migliore utilizzo delle risorse disponibili e un minor impatto ambientale complessivo.

La carta da riciclare viene sottoposta a **procedimenti di preparazione impasti e disinquinamento all'avanguardia che non prevedono l'utilizzo di sostanze inquinanti**, ma utilizzano principalmente processi di separazione meccanica e termica consentendo di produrre carte di elevato standard qualitativo. La carta da riciclare utilizzata negli stabilimenti Lucart risponde ai requisiti previsti dagli standard riconosciuti dai sistemi di certificazione PEFC™ e FSC®, e alle norme UNI-EN 643.



Cartoni per bevande tipo Tetra Pak®



Carta da riciclare

► Aree di provenienza della cellulosa vergine

CELLULOSA VERGINE

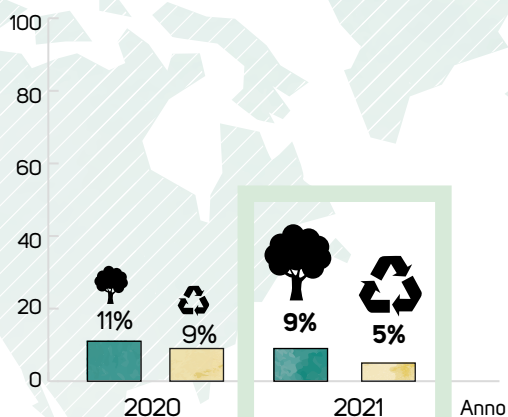
Nel 2021 il 51% delle cellulose europee provenivano da Italia, Francia e Spagna, le tre nazioni dove sono situate le sedi operative dimensionalmente più significative.

► Aree di provenienza della carta da riciclare

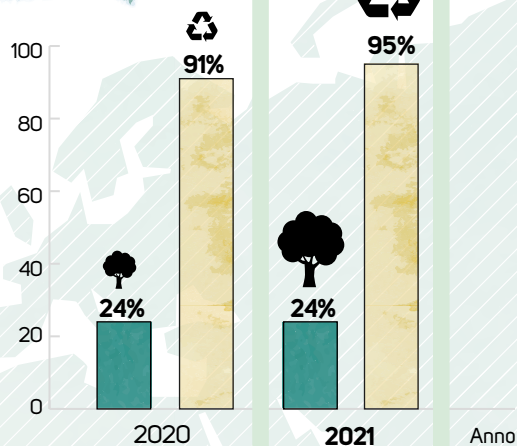
CARTA DA RICICLARE

Nel 2021 l'82,9% delle carte da riciclare approvvigionate in Europa provenivano da Italia, Francia e Spagna, le nazioni dove sono presenti le sedi operative dimensionalmente più significative.

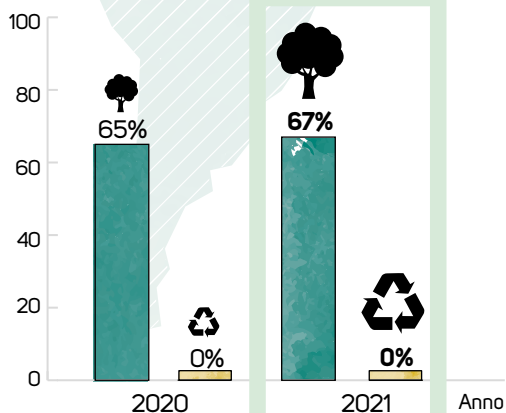
NORD AMERICA



EUROPA



SUD AMERICA



CELLULOSA VERGINE
CARTA DA RICICLARE



3.4

Risorse idriche

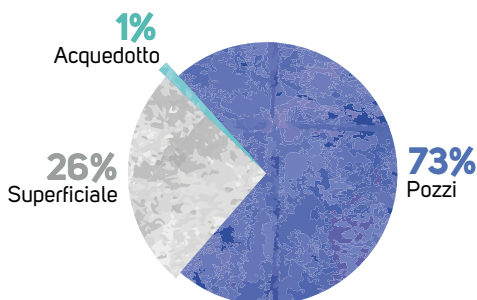
L'Azienda, in tema di risorse idriche, è da sempre impegnata a:



► Fonti di approvvigionamento idrico

La produzione della carta richiede generalmente l'utilizzo di una grande quantità di acqua.

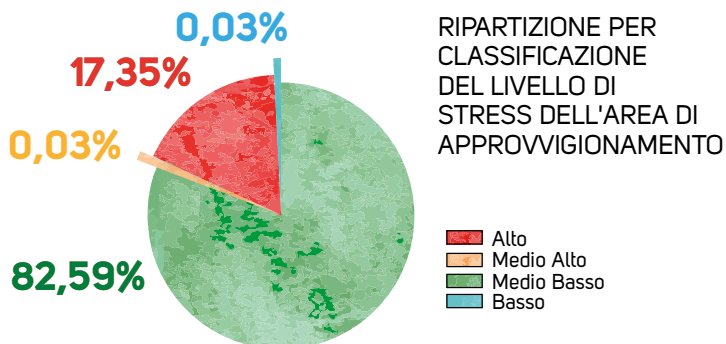
Le principali fonti di approvvigionamento idrico per usi industriali sono costituite dai pozzi presenti all'interno degli stabilimenti o dalle acque superficiali, dietro specifica autorizzazione delle Autorità competenti.



► Analisi stress idrico

Lucart, utilizzando lo strumento messo a disposizione dall'Aqueduct Water Risk Atlas*, ha condotto una analisi dello stress idrico delle aree nelle quali sono presenti i propri stabilimenti produttivi. Per stress idrico si intende la capacità di soddisfare la domanda di acqua sia per le persone sia per l'ambiente e può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua.

*<https://www.wri.org/aqueduct>



Stabilimento	Rischio
Porcari	Alto
Borgo a Mozzano	Medio-Basso
Castelnuovo di Garfagnana	Medio-Basso
Avigliano	Alto
Torre di Mosto	Medio-Alto

Stabilimento	Rischio
Laval Sur Vologne	Medio-Basso
Aranguren	Medio-Basso
Artziniega	Medio-Basso
Nyergesújfalu	Basso
Blackmore Park	Medio-Basso

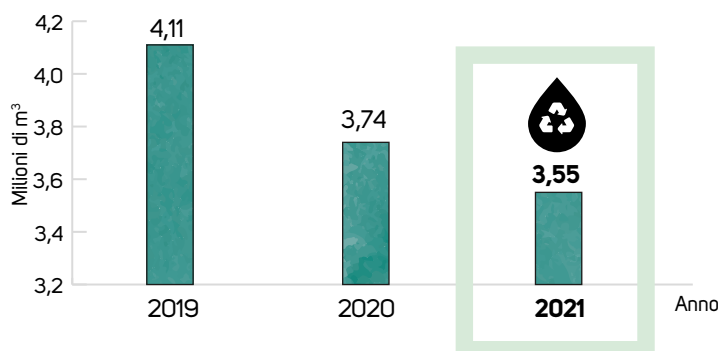
► Ottimizzazione del consumo idrico

La volontà di tutelare la risorsa idrica, coniugata con le necessità produttive del processo di fabbricazione della carta, ha spinto l'Azienda a investire nei processi di ottimizzazione dei consumi, favorendo il recupero di acque di processo per il loro riutilizzo ai fini industriali. La maggior parte degli stabilimenti, inoltre, è dotata di impianti di trattamento di acque reflue che garantiscono la qualità delle acque immesse nei recettori nel rispetto dei limiti autorizzativi.

Il consumo idrico totale di cui al grafico seguente varia soprattutto in funzione delle tonnellate di carta prodotte. Nel 2021, grazie agli interventi effettuati per ottimizzare i consumi della risorsa idrica, pur in presenza di un leggero aumento delle tonnellate di carta prodotte e trasformate, i volumi totali consumati sono diminuiti.



► Prelievi idrici totali*



* I dati riportati non riguardano il prelievo idrico per lo skin care.

► Riciclo delle acque

Il riutilizzo delle acque genera un minor impatto ambientale, in particolare:

- riduzione del prelievo di risorse idriche dalla falda;
- riduzione del prelievo di risorse idriche superficiali;
- costanza e affidabilità della risorsa grazie ad acque trattate prodotte in modo continuativo;
- riduzione degli sprechi di risorse naturali.

► Riduzione dei consumi

Lucart ha attivato un focus particolare di intervento sulla riduzione del consumo specifico di acqua ai fini produttivi con l'obiettivo di arrivare a un consumo di 8 m³ di acqua per tonnellata di carta prodotta entro il 2030.

Anche nel 2021 si apprezza la sensibile riduzione del valore rispetto agli anni precedenti, grazie a una politica di riciclo e di uso razionale della risorsa in tutti i siti produttivi. Il consumo idrico specifico si attesta su valori molto al di sotto dei valori medi di settore*.

*Secondo il Rapporto Ambientale Assocarta 2020 la media di settore è di circa 26 m³ per tonnellata di carta prodotta.



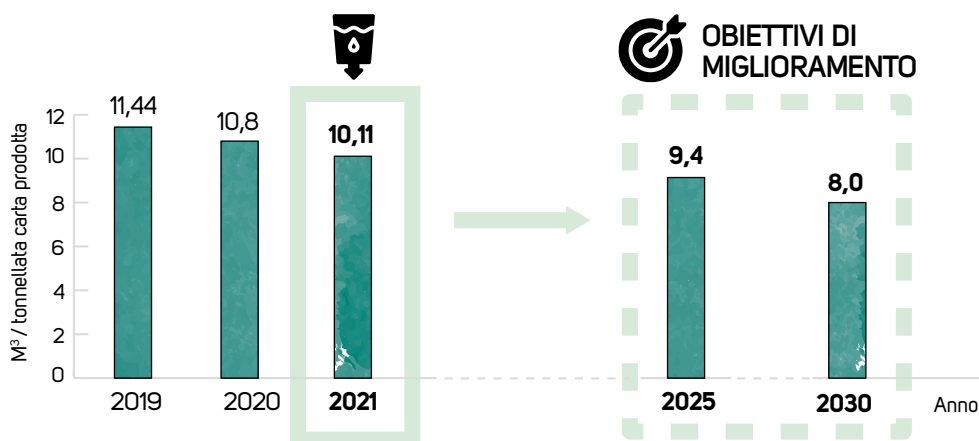
MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

Consumi idrici specifici

-6,4%
vs. 2020

-23,3%
vs. 2013

► Consumo idrico specifico*



* I dati riportati non riguardano il prelievo idrico per lo skin care.



BEST PRACTICE

Tra le riduzioni del consumo specifico di acqua si segnalano:

- le azioni volte al recupero di una parte delle acque trattate dello scarico finale per re-immissione nel processo produttivo in sostituzione di reintegro con acqua fresca;
- la continua chiusura dei cicli implementati sugli stabilimenti di Porcari, Castelnuovo di Garfagnana e Borgo a Mozzano che hanno permesso rispettivamente una riduzione pari al:

-7%

consumi idrici specifici
vs. 2020
per Porcari.

-12,7%

consumi idrici specifici
vs. 2020
per Castelnuovo
di Garfagnana.

-13,1%

consumi idrici specifici
vs. 2020
per Borgo
a Mozzano.



3.5

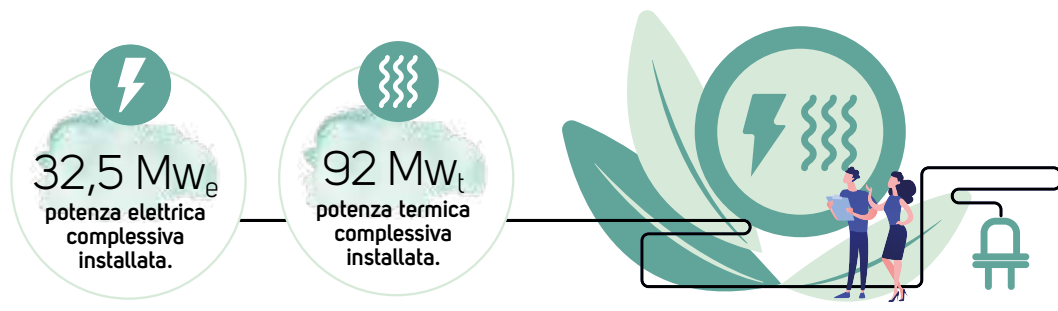
Risorse energetiche

Lucart è stato uno dei primi gruppi cartari europei a puntare sulla tecnica dell'autoproduzione di energia elettrica e termica attraverso centrali di cogenerazione ad alto rendimento alimentate a gas metano.

Autoproduzione di energia elettrica e termica

Nel ciclo di produzione l'energia termica è indispensabile per le fasi di asciugatura della carta.

Stabilimento	 Potenza elettrica installata	 Potenza termica installata
PORCARI	12,5 Mw _e	35,3 Mw _t
BORGIO A MOZZANO	12,5 Mw _e	35,3 Mw _t
CASTELNUOVO DI GARFAGNANA	7,5 Mw _e	21,4 Mw _t



Turbina a gas NovalT12

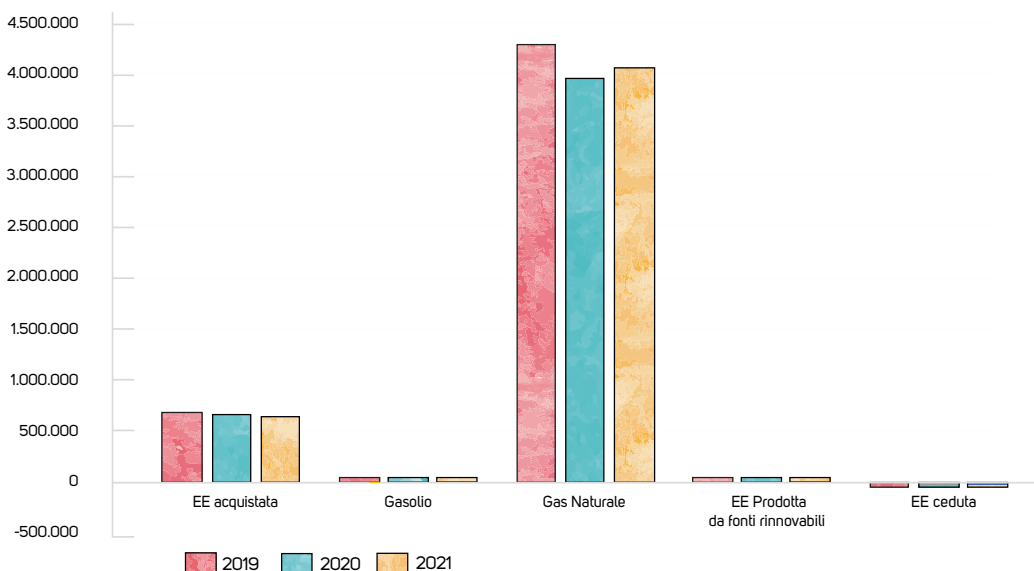


La turbina a gas **NovalT12**, sviluppata e prodotta in Italia da Baker Hughes - Nuovo Pignone, rappresenta uno degli impianti più tecnologicamente avanzati in materia di cogenerazione ed è in grado di fornire una potenza elettrica di 12,5 Mw_e con un rendimento cogenerativo (elettrico+termico) dell'85%.

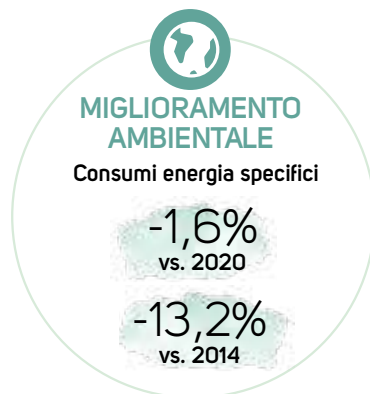
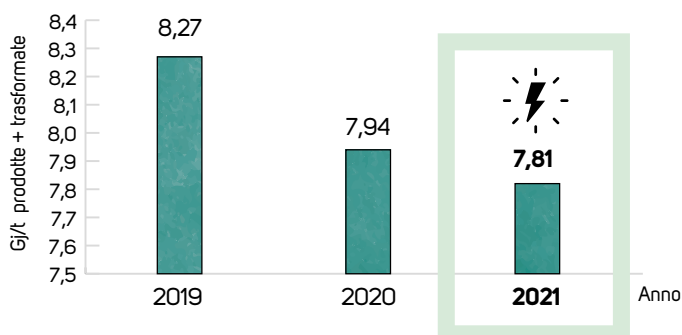
► Consumo di energia totale (diretta + indiretta)

Il bilancio energetico del Gruppo è costituito dall'energia elettrica acquistata dalla rete, dal gasolio consumato per scopi industriali, dal metano acquistato dalla rete, dall'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e dall'energia elettrica venduta alla rete. L'energia elettrica acquistata è relativa soprattutto agli stabilimenti che non dispongono di un impianto di cogenerazione interno alimentato a gas metano.

		2019	2020	2021
EE ACQUISTATA	GJ	678.394,91	649.949,84	643.749
GASOLIO	GJ	119,48	142,40	102,37
GAS NATURALE	GJ	4.280.802,02	3.940.346,51	4.052.314,10
EE PRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI	GJ	4.034,93	4.024,30	4.302,98
EE CEDUTA	GJ	-23.986,69	-27.891,18	-32.275,33
TOTALE	GJ	4.939.364,65	4.566.571,87	4.668.192,75



► Consumo di energia specifico (intensità)¹



¹ Il consumo di energia specifico è dato dal rapporto fra il consumo di energia totale e le tonnellate di carta prodotte e trasformate negli stabilimenti del Gruppo.

► L'efficienza energetica nei processi produttivi

L'importante consumo energetico, tipico del settore cartario, deriva essenzialmente dal fabbisogno necessario al funzionamento delle macchine da carta.

Uno degli obiettivi di Lucart consiste nel migliorare costantemente l'efficienza energetica dei propri processi produttivi.

Sostituzione di lampade tradizionali con lampade a LED ad alta efficienza e basso consumo negli stabilimenti di Castelnuovo di Garfagnana, Borgo a Mozzano, Artziniega e Torre di Mosto effettuati nel corso del 2021 che determinano un risparmio annuo di oltre 216.700 kWh (780 GJ/y) che corrispondono a un totale di -87 tCO_{2e}*.



MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

-216.700 kWh
risparmio annuo

-87 tCO_{2e}
emissioni evitate

* Risparmio rispetto al consumo che si registrerebbe con lampade tradizionali. Calcolo della CO₂ effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di EE per Borgo a Mozzano e i coefficienti di emissioni della rete nazionale per gli altri siti.



Ulteriori interventi di miglioramento

► Rimozione delle coperture in amianto

Progressiva rimozione della copertura di amianto: 1.240 m² nello stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana.

1.240 m²
amianto rimosso

► Ottimizzazione del consumo di energia elettrica

Sostituzione di un compressore con uno a minor consumo energetico e maggior efficienza nello stabilimento di Torre di Mosto che ha consentito un risparmio energetico di oltre 19.000 kWh /anno, che si traducono in un risparmio annuo di 6,1 tCO_{2e}.

-6,1 tCO_{2e}
emissioni evitate

► Fonti rinnovabili

L'Azienda sostiene il proprio impegno ambientale anche attraverso il ricorso a fonti rinnovabili di energia, nello specifico con due impianti fotovoltaici installati, uno nel territorio di Capannori (attivo dal 2011) e uno nello stabilimento di Avigliano (attivo dal 2013), che hanno permesso di evitare per il 2021 l'emissione in atmosfera di **773 tCO_{2e}***.

Preme segnalare inoltre la prossima installazione (prevista nel corso del 2022) di un impianto fotovoltaico presso lo stabilimento di Borgo a Mozzano che produrrà energia elettrica da immettere nel proprio circuito di media tensione, per ridurre la quantità di energia elettrica acquistata dalla rete e conseguire così un significativo risparmio energetico, con l'ulteriore

beneficio ambientale grazie alla mancata emissione di CO₂ (è stimata una riduzione di circa 1.160 tCO₂/anno). L'impianto, sviluppato in partnership con Enel X, produrrà oltre 3 GWh/anno di energia rinnovabile e occuperà una superficie di circa 12.000 m² con l'impiego di oltre 7.000 moduli fotovoltaici.

Grazie ai vari interventi di risparmio energetico effettuati negli anni, Lucart ha conseguito anche per il 2021 i certificati bianchi. I certificati bianchi, anche noti come "Titoli di Efficienza Energetica" (TEE), sono titoli negoziabili che certificano il conseguimento di **risparmi energetici negli usi finali di energia** attraverso interventi e progetti di incremento di efficienza energetica.

Un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio (TEP)**.

Dal 2021 la componente elettrica delle fasi produttive delle linee Natural proviene da fonti rinnovabili (Garanzie di Origine).



**MIGLIORAMENTO
AMBIENTALE**

**-773 tCO₂
emissioni evitate**

Emissioni evitate nel 2021 grazie agli impianti fotovoltaici di Capannori e Avigliano.

* Fonte dato ISPRA_RAPPORTO 343/2021_ "Indicatori di efficienza e decarbonizzazione del sistema energetico nazionale e del settore elettrico".

** Fonte GSE.





3.6

Logistica

► Mobilità sostenibile

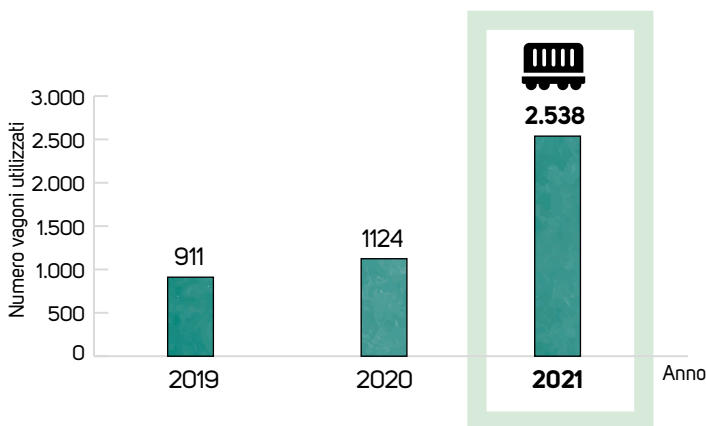
Anche nel 2021 è proseguito il progetto **"Mobilità Sostenibile: trasferimento trasporto materie prime da gomma a rotaia"**, presentato nel 2015, il cui obiettivo è quello di utilizzare la rete ferroviaria per ridurre significativamente il trasporto su strada di materia prima e prodotto finito. Il progetto interessa lo stabilimento di Borgo a Mozzano, che dispone di uno scalo ferroviario interno già utilizzato da anni, e lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana.

Lucart ha stipulato un accordo nell'aprile del 2019 con il Comune di Castelnuovo di Garfagnana, con la Regione Toscana e con RFI per il ripristino dello scalo ferroviario. Alcuni cantieri stradali di competenza del Comune sono già in corso e l'inizio dei lavori ferroviari sono previsti per la fine del 2022.

L'utilizzo di un numero sempre crescente di vagoni rispetto ai viaggi con sistema trasporto tradizionale su

gomma ha permesso di evitare l'immissione in atmosfera di **507 tCO_{2e}***

Nel calcolo sono stati inclusi i vagoni utilizzati per la consegna di prodotto finito da una piattaforma esterna.



MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

-507 tCO_{2e}
emissioni evitate

+125,8%

di vagoni utilizzati nel 2021 rispetto all'anno precedente.



OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

AZZERAMENTO
delle emissioni di particolato

RIDUZIONE
del **15%**** di CO₂

Per il trasporto di merci da e per il Centro Logistico di Altopascio

L'Azienda ha attivato un progetto di sostituzione progressiva dei mezzi tradizionali adibiti al trasporto da e per il Centro Logistico di Altopascio con mezzi di nuova generazione alimentati a LNG (Gas Naturale Liquido).

Nell'anno appena trascorso quasi il 62% dei viaggi effettuati da e verso l'HUB di Altopascio sono stati eseguiti con mezzi LNG. Questi viaggi hanno evitato l'immissione in atmosfera di 12 ton CO_{2e}q (LNG vs EURO V).



* Fonte dato: <http://www.ecotransit.org>
Confronto emissioni complessive treno vs camion (TTW "tank-to-wheel") durante l'utilizzo.

** https://www.ansa.it/canale_ambiente/notizie/mobilita/2019/05/09/con-qnl-meno-smoggas-taglia-emissioni-e-costi-dei-trasporti_Ob064ff4-a72d-41c8-a09e-d37ceb80f3c3.html

** <http://www.freightleaders.org/wp-content/uploads/2019/05/Q28-impaginato-LOWxWEB.pdf>



3.7

Imballaggi

► Linee guida imballaggi sostenibili

Lucart intende adottare, attraverso un piano di sviluppo con orizzonte 2020 -2030, una visione circolare nella quale gli imballaggi non diventano mai un rifiuto, seguendo questi 5 punti chiave:

IMBALLAGGIO SOSTENIBILE



1. tutti gli imballaggi problematici e/o superflui devono essere eliminati mediante riprogettazione, innovazione;
2. tutti gli imballaggi devono essere riutilizzabili o riciclabili o compostabili al 100%;
3. tutti gli imballaggi devono essere realmente riutilizzati o riciclati o compostati;
4. ove possibile deve essere preferito l'uso di risorse rinnovabili e deve conseguentemente essere ridotto se non eliminato l'uso di risorse non rinnovabili;
5. tutti gli imballaggi, indipendentemente dal materiale di cui sono composti, devono rispettare le normative vigenti e devono rispettare la salute, la sicurezza e i diritti di tutte le persone coinvolte.

Un imballaggio è da considerarsi come problematico o superfluo se:

IMBALLAGGIO PROBLEMatico



1. non è riutilizzabile o riciclabile o compostabile;
2. può essere eliminato (o sostituito da un modello di riutilizzo) mantenendo l'utilità;
3. ostacola o interrompe la riciclabilità o la compostabilità di altri oggetti;
4. ha un'alta probabilità di essere disperso o smaltito nell'ambiente naturale.

Il progetto ha coinvolto prioritariamente gli imballaggi utilizzati negli stabilimenti del Gruppo in Italia, Francia e Spagna e verrà esteso nel corso del 2022 anche agli sta-

bilimenti in Inghilterra e Ungheria. Sono stati analizzati tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari, utilizzati sia per la produzione di carta, sia per la trasformazione di

questa in prodotti finiti e la relativa spedizione. Gli imballaggi sono stati poi divisi in categorie a seconda dei materiali che li compongono con particolare attenzione a:



RINNOVABILITÀ



RICICLABILITÀ

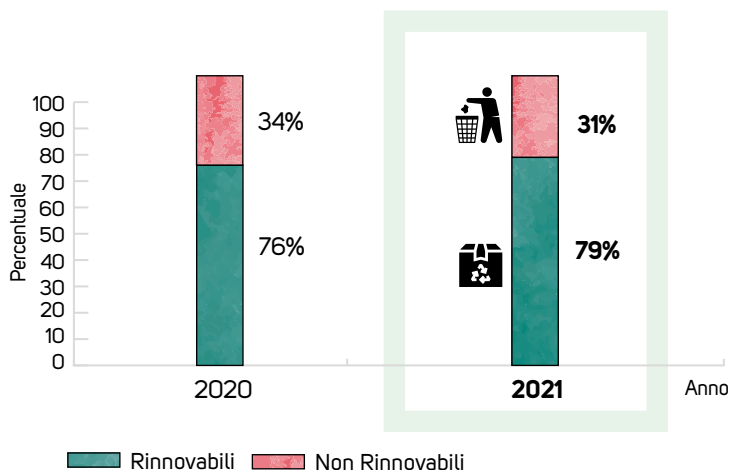
PRESENZA
DI MATERIALE
RICICLATO

RIUTILIZZABILITÀ



COMPOSTABILITÀ

▶ % Imballaggi rinnovabili/non rinnovabili



I risultati dell'analisi e le azioni intraprese negli ultimi anni di sostituzione di alcuni imballaggi in polietilene con imballaggi in carta, di riduzione degli spessori degli imballaggi a parità di prestazioni e l'introduzione di imballaggi in tutto o in parte composti da materie prime riciclate, sono ben rappresentati dai seguenti numeri*, coerenti con le linee guida adottate.

* Le analisi sono riferite ai consumi di imballaggi primari, secondari e terziari degli stabilimenti di Lucart S.p.A., Lucart S.a.s e Lucart Tissue&Soap S.L.U. e non includono i pallet per il trasporto e la spedizione delle merci.

▶ % Imballaggi riciclabili e/o compostabili



Nel 2021 il 67% degli imballaggi era costituito in tutto o in parte da materiali riciclati e/o compostabili (obiettivo 100% entro il 2030).



OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO
al 2030

100%
imballaggi costituiti da materiali riciclati e/o compostabili.

3.8

Emissioni in atmosfera

Le emissioni in atmosfera in un impianto di produzione della carta rappresentano una necessità ai fini della continuità del processo, ma un utilizzo efficiente dell'energia, un impiego razionale delle materie prime e la presenza di impianti di abbattimento degli inquinanti tecnologicamente avanzati e rispondenti alle Migliori Tecnologie Disponibili (BAT), consentono di ottenere importanti risultati dal punto di vista della salvaguardia ambientale.

Le principali fonti di emissione in atmosfera sono rappresentate dalle centrali di cogenerazione, dagli impianti di asciugatura della carta, dagli impianti di essiccamento dei fanghi e dai punti di aspirazione nelle aree di produzione a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori.

Tutti gli impianti di emissione in atmosfera sono gestiti in conformità alle Autorizzazioni Integrate Ambientali (AIA) rilasciate dalle

Autorità Competenti e, laddove previsto, monitorati costantemente attraverso idonei Sistemi per il Monitoraggio in Continuo delle Emissioni (SMCE).

Gli impianti di combustione utilizzano gas metano, che rappresenta il combustibile fossile a minor impatto ambientale sia in termini di efficienza energetica sia perché evita il rilascio di composti secondari inquinanti quali SO₂ e H₂S.

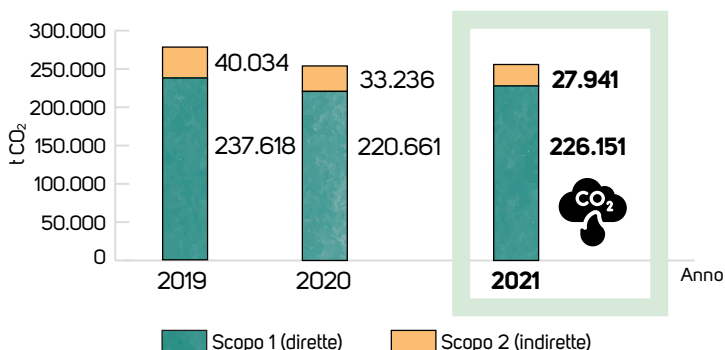
► Emissioni di CO₂

Nel grafico seguente sono rappresentate le emissioni dirette e indirette di CO₂. Le emissioni dirette (scopo 1) sono originate esclusivamente dalla combustione di combustibili (principalmente gas naturale e minima parte gasolio) per usi industriali e sono state

calcolate in accordo con la direttiva Emission Trading, impiegando quindi coefficienti nazionali standard o specifici in base alla categoria dell'impianto e ai livelli richiesti.

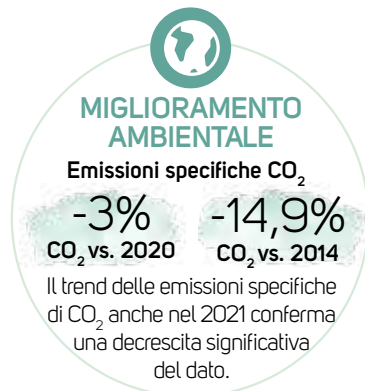
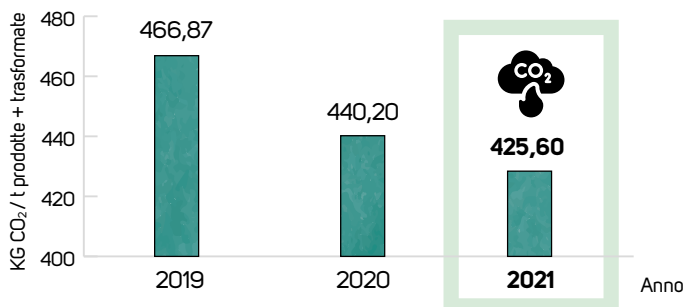
Le emissioni indirette (scopo 2) sono le emissioni di CO₂ derivanti

dall'acquisto di energia elettrica da rete nazionale. Per il calcolo sono stati utilizzati i coefficienti di emissione aggiornati al 2019* per gli stabilimenti italiani, mentre per gli esteri sono stati utilizzati i fattori comunicati dal relativo gestore.

► Emissioni di CO₂ totali (dirette + indirette)

* Fonte dato TERNA_ENERDATA_CONFRONTI INTERNAZIONALI Emissioni di CO₂ riferite alla produzione lorda totale grammi CO₂/KWh].

► Emissioni di CO₂ specifiche (intensità)**



**Il numeratore è dato dalla somma delle emissioni scopo 1 e scopo 2.

scopo 1: emissioni dirette di CO₂ calcolate secondo le regole dell'emission trading (Direttiva EU EUTS 2003/87/CE e smi). Le tonnellate di CO₂ corrispondono a quelle dichiarate all'ente nazionale (per l'Italia è il MISE) e convalidate da ente certificatore terzo.

scopo 2: emissioni indirette di CO₂ calcolate a partire dall'energia elettrica acquistata dalla rete da parte di ogni singolo stabilimento. La CO₂ viene ricavata moltiplicando l'energia acquistata per il fattore di emissione di CO₂ specifico della rete. Per l'Italia si considera il fattore di emissione presente sul documento Confronti internazionali di Terna, per gli altri paesi si utilizza il dato presente nei documenti del fornitore di energia o dall'autorità nazionale per l'energia.

Il denominatore è la somma della carta prodotta e trasformata negli stabilimenti del Gruppo.

► Emissioni di NO_x

Le emissioni di NO_x sono generate in larga parte dagli impianti di cogenerazione e in minor quantità dai bruciatori installati sulle macchine da carta.

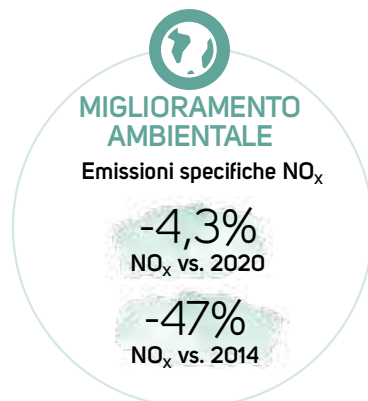
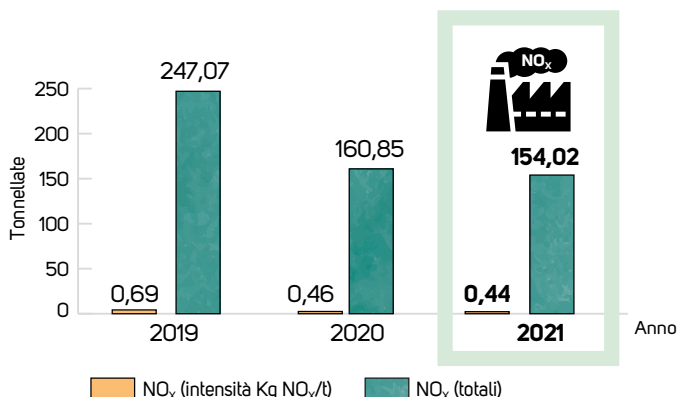
Le concentrazioni e le portate dei parametri inquinanti usate per il calcolo degli indici relativi alle emissioni, fatta eccezione per i dati relativi agli

impianti dotati di monitoraggio in continuo, sono calcolati tenendo conto dei risultati delle analisi periodiche eseguite in autocontrollo, conformemente alle autorizzazioni alle emissioni, da parte di Laboratori esterni.

La riduzione significativa delle emissioni di NO_x è dovuta principalmente

all'installazione di una innovativa turbina di cogenerazione nel sito produttivo di Borgo a Mozzano. La turbina a gas è stata installata nel 2019, ma il funzionamento a regime è avvenuto nel corso del 2020 e pertanto i benefici sulla riduzione degli ossidi di azoto emessi sono stati evidenti a partire dall'anno 2021.

► Emissioni totali e specifiche NO_x



-21%
NO_x vs. 2020

-63%
NO_x vs. 2019

Lo stabilimento di Borgo a Mozzano ha conseguito importanti risultati nelle emissioni assolute di inquinanti in atmosfera.

L'installazione della turbina di cogenerazione a gas di maggiore efficienza ha consentito un risparmio del 21% di emissione assolute di NO_x rispetto al 2020 e del 63% rispetto al 2019 (anno di installazione del nuovo impianto di cogenerazione).

3.9

Gestione degli scarti

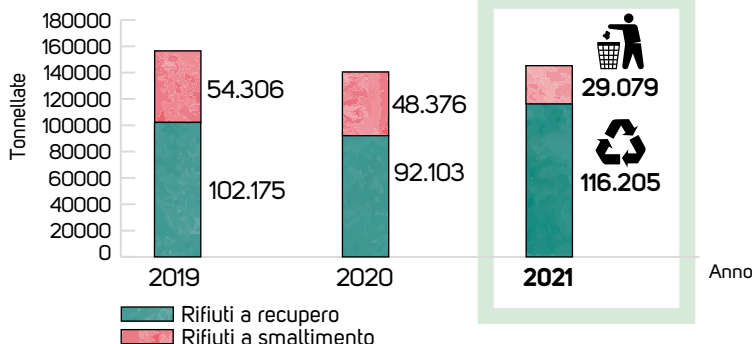
Gli scarti di un impianto di produzione della carta sono costituiti principalmente dagli scarti pulper e dai fanghi di cartiera, direttamente derivanti dal processo di produzione della carta e dal trattamento dei reflui.

Altri rifiuti sono generati dalle attività di trasformazione della carta (scarti di imballaggi) e dalle attività ausiliarie (principalmente manutenzione, logistica interna).

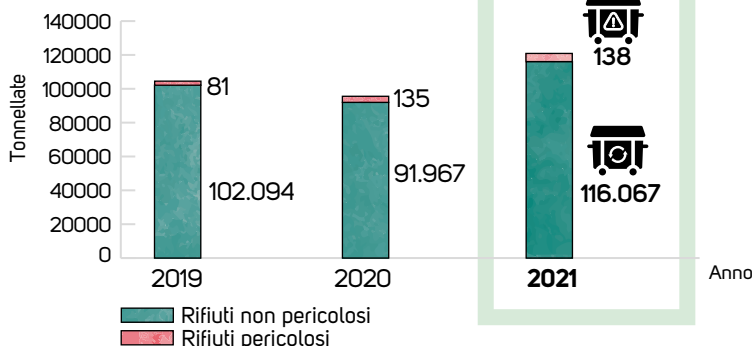
Rispetto al 2020 la produzione di rifiuti per tonnellata di carta prodotta si è mantenuta costante segnando una leggera riduzione dello 0,1% mentre è notevolmente aumentata la percentuale di rifiuti che vengono recuperati pari all'80%. I rifiuti vengono recuperati presso un sito esterno.



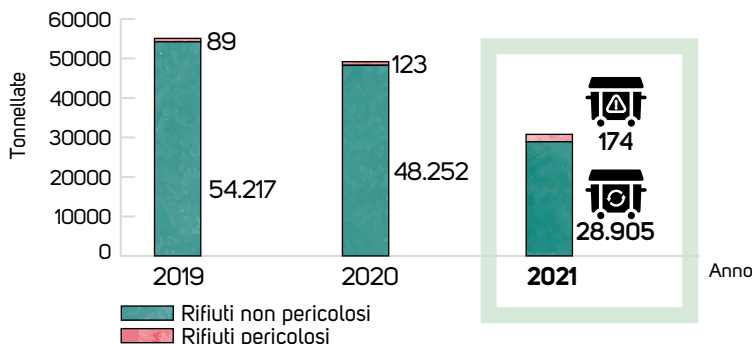
► Rifiuti prodotti*



► Rifiuti a recupero

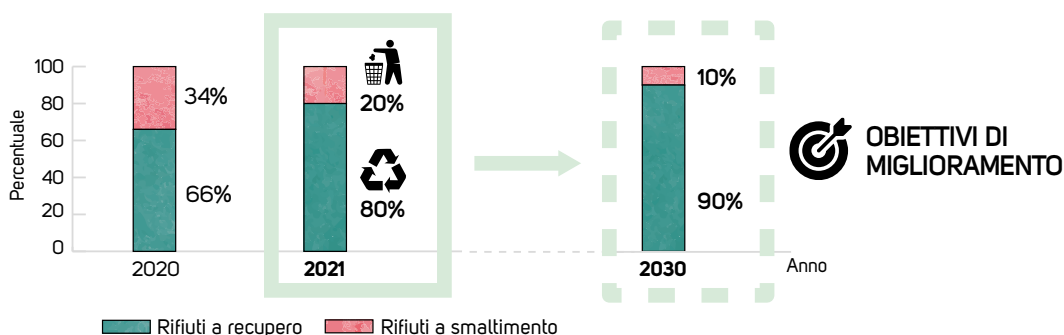


► Rifiuti a smaltimento



* Si ricorda che i rifiuti sono espressi tal quale e non al secco.

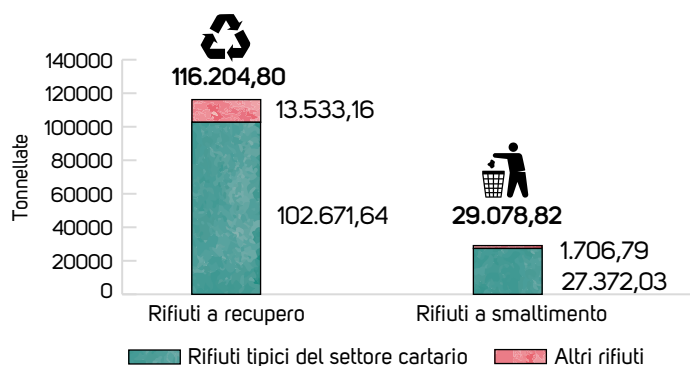
► Rifiuti prodotti



► Rifiuti prodotti per categoria

Composizione dei rifiuti	Rifiuti prodotti	Rifiuti a recupero	Rifiuti destinati a smaltimento	
Categoria 03	Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli, mobili, polpa, carta e cartone	130.043,67	102.671,64	27.372,03
Categoria 07	Rifiuti dei processi chimici organici	6,44	0,00	6,44
Categoria 08	Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti (pitture, vernici e smalti vetriati), adesivi, sigillanti e inchiostri per stampa	886,07	58,38	827,68
Categoria 10	Rifiuti prodotti da processi termici	0,76	0,00	0,76
Categoria 12	Rifiuti prodotti dalla lavorazione e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica	360,12	225,88	134,24
Categoria 13	Oli esauriti e residui di combustibili liquidi	32,51	31,83	0,68
Categoria 14	Solventi organici, refrigeranti e propellenti di scarto	0,17	0,17	0,00
Categoria 15	Rifiuti di imballaggio, assorbenti, stracci, materiali filtranti e indumenti protettivi	9.945,34	9.893,77	51,57
Categoria 16	Rifiuti non specificati altrimenti	1.322,95	799,48	523,47
Categoria 17	Rifiuti delle operazioni di costruzione e demolizione	1.724,63	1.695,12	29,51
Categoria 19	Rifiuti prodotti da impianti di trattamento dei rifiuti, impianti di trattamento delle acque reflue fuori sito, nonché dalla potabilizzazione dell'acqua e dalla sua preparazione	708,81	708,00	0,81
Categoria 20	Rifiuti urbani	252,14	120,53	131,61
		145.283,61	116.204,80	29.078,82




















► Rifiuti tipici del settore cartario



I rifiuti tipici del settore cartario sono quelli indentificati dalle prime due cifre 03 del Catalogo Europeo dei Rifiuti (CER) di cui alla Decisione della Commissione Europea 2000/532/CE e successive modifiche e integrazioni.

3.10

Bilancio quantitativo finale

	unità di misura	2019	2020	2021	obiettivi di sviluppo sostenibile
 Produzione Totale					
Cartiera	t	359.557	346.401	351.498	
Cartotecnica	t	235.298	230.377	245.582	
 Risorse Idriche					
Acqua per tonnellata di carta prodotta	m ³ /t	11,44	10,80	10,11	
 Risorse energetiche					
Intensità energetica	Gj/t	8,27	7,94	7,81	
 Emissioni in atmosfera					
Intensità emissioni di CO ₂	Kg CO ₂ /t	466,87	440,20	425,60	
 Imballaggi					
Percentuale di imballaggi riciclabili e/o compostabili	%		100%	100%	
Percentuale di imballaggi in tutto o in parte riciclati e/o compostabili	%		67%	67%	
 Rifiuti					
Rifiuti prodotti per tonnellata di carta prodotta e trasformata	t/t	0,263	0,244	0,243	
Percentuale rifiuti a smaltimento sul totale rifiuti prodotti	%	35%	34%	20%	 
 Movimentazione su rotaia					
Totale vagoni in entrata/uscita	n	911	1.124	2.538	 
 Settore Skin Care					
Produzione Totale	t	7.442	9.797	7.732	
Consumo totale acqua	m ³	6.872	8.751	7.306	
Consumo specifico acqua	m ³ /t	0,92	0,89	0,94	

MARKETING E COMUNICAZIONE

04

A decorative graphic consisting of several overlapping, wavy lines in shades of teal and green, swirling around the large number '04'.



**LA NOSTRA AZIENDA E I NOSTRI PRODOTTI
RAPPRESENTANO DA SEMPRE LA SINTESI
TRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ**

*Comunichiamo per stabilire
relazioni di lungo periodo basate
sulla fiducia reciproca*



4.1

Attività di comunicazione Corporate

Il piano di Comunicazione Corporate 2021 ha tenuto conto della mappatura degli stakeholder, della revisione dell'analisi di materialità e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibili individuati come prioritari dall'Azienda, descritti nel capitolo 1.

L'attività di comunicazione nel 2021 si è concentrata principalmente sulle seguenti tematiche rilevanti:



La strategia di relazione con i Media ha portato un aumento degli articoli dedicati a Lucart rispetto all'anno precedente sia sulle testate locali, sia sulla stampa generalista nazionale, sia sulla stampa trade. L'Azienda è stata costantemente citata negli articoli di scenario dedicati all'industria della carta con spazio e visibilità riservati ai leader di mercato. Da evidenziare che l'Azienda è stata inserita fra le 100 storie italiane sull'economia circolare dalla Fondazione Symbola ed è stata nominata come #GreenHeroes dal popolare attore e regista Alessandro Gassmann all'interno della rubrica che cura sul settimanale Il Venerdì di Repubblica, per il proprio impegno nel dare nuova vita ai contenitori per bevande usati.

L'attività di relazione con i Media è stata portata avanti anche in Francia, Ungheria e Spagna con buoni risultati in termini di posizionamento. Tre eventi, in particolare, hanno avuto grande risalto sulla stampa locale e nazionale:

- ▶ l'inaugurazione dell'ampliamento dello stabilimento di Nyergesújfalu;
- ▶ la comunicazione del piano di investimento dello stabilimento di Laval sur Vologne;
- ▶ la visita del Presidente del Governo della Comunità Autonoma dei Paesi Baschi in occasione dell'inaugurazione della nuova linea produttiva nello stabilimento di Artziniega.

▶ PER COLLEGARSI AI FILE MEDIA, INQUADRA CON LA FOTOCAMERA DELLO SMARTPHONE IL QR CODE





Comunicazione TV, radio, web, stampa

► Interviste sui Media italiani



► LUCART A LA7

Giulia Pasquini, Corporate Brand Manager di Lucart ha accompagnato le telecamere della trasmissione di [La7 "Storie di economia circolare"](#), all'interno dello stabilimento di Borgo a Mozzano alla scoperta dei progetti dell'Azienda nel campo dell'economia circolare. Lucart è stata selezionata da Enel Group, promotore del programma, fra le imprese in grado di portare l'Italia tra i Paesi più avanzati nella green economy e nell'economia circolare.



► SUSTAIN ECONOMY 24

Massimo Pasquini, Amministratore Delegato di Lucart, ha raccontato a [Sustain Economy 24](#) l'impegno a 360 gradi dell'Azienda nella realizzazione di modelli di business circolari e le opportunità di crescita del Gruppo.



► LAW TALKS

[Law Talks](#), autorevole video magazine dedicato agli avvocati e alle imprese, ha intervistato Barbara Angeli, General Counsel del Gruppo Lucart, che ha descritto la propria esperienza nella gestione di un ufficio legale a supporto del percorso di internazionalizzazione dell'Azienda.



► IL GIORNALE DELLA LOGISTICA



Giovanni Illibato, Chief Supply Chain di Lucart, è stato intervistato da Francesca

Saporiti de [Il Giornale della Logistica](#) per raccontare il progetto di trasporto intermodale fra Italia e Germania, sviluppato insieme a Logistica Uno, che ha consentito una riduzione degli impatti ambientali legati al trasporto delle merci sulla tratta.

#GIORNALE DELLA LOGISTICA



► I PROGETTI PIÙ INNOVATIVI



Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager di Lucart, è stato intervistato da [Lara Gastaldi per Nonsoloambiente.it](#) e da [Marzia Fiordaliso per Eco in Città](#) per raccontare l'approccio alla sostenibilità di Lucart e i progetti più innovativi in tema di economia circolare.

non solo ambiente.it





► Interviste sui Media francesi

Alessandro Pasquini, Presidente di Lucart S.a.s., è stato più volte protagonista di interviste, podcast e riprese tv, volte a far conoscere con trasparenza le potenzialità dello stabilimento di Laval sur Vogne e i suoi investimenti. Si ricordano le uscite su [Vosges TV](#), le interviste di Nathalie Croisé e di Emilie Kovacs per il podcast "[Leur raison d'être](#)".

Altre testate hanno dedicato approfondimenti: [Les Echos](#), La Papeterie, [Le Journal des Entreprises](#), [Les Tablettes Lorraines](#), [L'Est Républicain](#), [Vosges Matin](#), [Recyclage Récupération Hebdo](#), [Le JDEntreprises](#).



► Presenza sui Media spagnoli

In occasione dell'inaugurazione della nuova linea di trasformazione, televisioni, radio e giornalisti come [Radio Llodio](#), [Hamaika Telebista](#), [Noticias de Álava](#), [El Correo](#), [Aiaraldea](#) e [Crónica Vasca](#), hanno dedicato articoli all'impianto spagnolo del Gruppo.



► Presenza sui Media ungheresi

Lo stabilimento ungherese, soprattutto in occasione dell'inaugurazione del nuovo magazzino di prodotto finito, è stato protagonista sulle maggiori testate di settore e quotidiani ungheresi.

Anche i temi della sostenibilità, dell'igiene e sicurezza, innovazione, ottimizzazione energetica, packaging sono stati oggetto di approfondimento.

Da segnalare in particolare, gli articoli su [HVG](#), [TermékMix](#), [Quotidiano 24Ora](#), [Chef&Pincér](#), [RTVE](#), [TradeMagazin](#), [Dorogi-Medence](#) e [Uzletlem](#).

Anche le TV locali e nazionali hanno mostrato interesse con passaggi televisivi: [HIR-TV](#), [M1 News](#), [Regio-TV Esztergom](#).





Comunicazione digital

► Sito Corporate Lucart

Il [sito corporate Lucart](#) è stato costantemente aggiornato durante l'anno ed è divenuto la principale fonte di informazione del Gruppo. La sezione Newsroom, in particolare, ha consentito di condividere con tutti gli stakeholder i principali avvenimenti del mondo Lucart.

Per favorire la comunicazione e la lettura dei contenuti, il sito web viene costantemente aggiornato in sei lingue: italiano, inglese, francese, spagnolo, ungherese e tedesco.



► Social Network



LinkedIn e Twitter, le due piattaforme social con account corporate, hanno segnato nel 2021 una grande crescita in numero di contatti e interazioni.

Le informazioni condivise sui social e collegate alla newsroom del sito web corporate, sono in lingua italiana e inglese e il calendario editoriale riporta i principali eventi aziendali, le campagne dei brand, gli investimenti rilevanti, le uscite redazionali, i risultati ambientali del Gruppo e altre iniziative legate ai dipendenti.





► Lucart Ambassador su LinkedIn

È proseguito anche nel 2021 il progetto pilota **Lucart Ambassador** con l'obiettivo di coinvolgere il personale dipendente al raggiungimento di un miglior posizionamento digitale e di una comunicazione più lineare con gli stakeholder di riferimento.



Un percorso di formazione attraverso workshop dedicati, ha così permesso agli Ambassador di acquisire una maggior consapevolezza nel corretto uso del social network, finalizzato alla creazione di relazioni di medio lungo periodo.

► Newsletter "The Lucart Zone"

La Newsletter aziendale, ormai strumento consolidato di condivisione delle informazioni interne riguardanti il Gruppo, viene redatta dall'Ufficio Comunicazione che, di concerto con le varie Direzioni, raccoglie le notizie rilevanti, le collaborazioni, le partnership e gli obiettivi raggiunti dai vari stabilimenti.

Nel 2021 il tasso di apertura delle newsletter nelle diverse lingue, si è attestato intorno al 50% raggiungendo gli obiettivi prefissati per lo strumento.

Un nuovo calendario editoriale sarà redatto nel 2022 con l'obiettivo di organizzare mensilmente argomenti specifici di approfondimento.



TASSO DI APERTURA
50% CIRCA





Altre attività di comunicazione e pubbliche relazioni

► Calendario Lucart

Ogni anno Lucart affida la realizzazione del proprio calendario, destinato ai clienti e agli altri stakeholder del Gruppo, a un artista diverso. Il calendario, ormai giunto alla 6° edizione, è diventato così, una forma di comunicazione dei propri prodotti che compaiono nelle tavole. Prodotti disegnati o fotografati, goffrature che diventano trame, carta tissue come supporto creativo del disegno sono diventati i protagonisti indiscussi dei mesi dell'anno. Per il calendario 2022 le tavole sono state realizzate in esclusiva dall'artista romana [Rita Petruccioli](#) che ha voluto raccontare momenti di vita vissuti in piccoli giardini, orti, spazi aperti e scorci di natura o balconi delle nostre case che sono diventati fondamentali per tutti noi durante il lockdown.



► Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili di Assindustria Venetocentro

Continua la collaborazione al "Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili" promosso da Assindustria Venetocentro e coordinata da Mario Paronetto. Le 43 società aderenti condividono, attraverso incontri dedicati e visite degli stabilimenti, le pratiche messe in atto in tema

di modelli di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale di impresa. Il perdurare della pandemia non ha fermato questa attività che si è svolta on-line con una presentazione del Gruppo e con un tour virtuale dello stabilimento di Borgo a Mozzano.





4.2

Attività di marketing e comunicazione Away from Home



Lucart Professional è la dimostrazione di come la visione avveniristica di un grande Gruppo internazionale prenda forma in un modello di business concretamente innovativo.



Il modello di economia circolare della linea EcoNatural, i nuovi packaging in carta riciclata, la tecnologia che riduce i consumi della linea Identity si affiancano oggi ai progetti di educazione alla sostenibilità nelle scuole e alle collaborazioni con le municipalità per migliorare i processi di riciclo.

Un impegno verso la sostenibilità certificato da risultati concreti e comprovato inoltre dalla dichiarazione ambientale di prodotto (EPD®) sui prodotti in carta riciclata.

Una vocazione all'innovazione globale che aiuterà tutta la filiera commerciale a raggiungere eccellenti risultati e il mondo a diventare un luogo migliore dove vivere.

► Progetto EcoNatural

Da 10 anni EcoNatural è sinonimo di innovazione sostenibile. Un progetto nato da una **tecnologia evoluta che ricicla il 100%** dei componenti dei cartoni per bevande, attraverso un processo produttivo unico nel settore.

Un sistema virtuoso che abbatte il peso dei rifiuti sull'ambiente e che ha permesso a Lucart di diventare un autentico **punto di riferimento per l'economia circolare in Europa**.



Dal 2021 l'energia elettrica utilizzata nelle fasi di produzione e trasformazione dei prodotti EcoNatural deriva al 100% da fonti rinnovabili. Nel 2021 i prodotti EcoNatural realizzati nello



stabilimento francese di Laval sur Vologne sono inoltre certificati Cradle to Cradle™.



Nel 2021 l'Azienda si è focalizzata nel diffondere la conoscenza del progetto EcoNatural attraverso la partecipazione alle più importanti fiere di settore a livello

internazionale: Pulire a Verona, CleanExpo a Mosca, The Cleaning Show a Londra e Hygienalia a Madrid.

Un impegno concreto per confermare la costante vicinanza del brand Lucart Professional ai suoi clienti.



► LinkedIn

Nel 2021 è stata aperta la [pagina LinkedIn di Lucart Professional](#). Uno spazio dinamico e sempre aggiornato, un canale di comunicazione diretto con i distributori e i clienti finali, una importante finestra per connettere le persone

attorno ai valori del brand. Risultati entusiasmanti con più di 1.600 follower acquisiti in 8 mesi.



► Amazon

Ancora più vicina ai piccoli clienti, con necessità specifiche sia in termini di formati prodotto sia in termini di peculiarità distributive, Lucart Professional ha realizzato una gamma dedicata di prodotti appositamente studiati per il marketplace Amazon. Nel 2021 sono stati attivati i marketplace in Italia, Francia, Spagna e Germania.

I prodotti dedicati al canale Amazon sono realizzati in carta riciclata di alta qualità e Albert, la storica mascotte aziendale, si rende portavoce dell'invito alla sostenibilità per tutti i consumatori:

**GO GREEN,
BE SMART!**



► Modello di Business Circolare Municipal Material Cycle - MMC®

Il progetto MMC®, Municipal Material Cycle, è il nuovo modello virtuoso di educazione al riciclo che coinvolge direttamente la comunità locale.

L'obiettivo del progetto MMC®, sperimentato per la prima volta a Novo Mesto, in Slovenia, è coinvolgere i cittadini e le istituzioni delle città per contribuire alla creazione di una vera cultura della sostenibilità.

Il funzionamento del progetto richiede il coordinamento di numerosi soggetti: i cartoni per bevande usati sono raccolti dalle famiglie di studenti. Attraverso il coinvolgimento dell'azienda locale per lo smaltimento dei rifiuti, Lucart riceve i cartoni per bevande usati e li trasforma in nuovi prodotti della linea Lucart Professional EcoNatural.

I prodotti vengono venduti, insieme ai relativi dispenser, a un partner locale, che provvederà a distribuirli nei bagni di uffici, scuole, aziende pubbliche e centri sportivi nell'area di provenienza dei cartoni raccolti.

In Slovenia MMC® è attivo in 4 municipalità con una copertura del 22% della popolazione nazionale. L'esportazione del virtuoso modello sloveno in Slovacchia ha consentito di implementare MMC® in due municipalità raggiungendo il 5% della popolazione.

I cartoni per bevande usati lasciano questi comuni come rifiuti e tornano trasformati in utili prodotti di carta tissue di alta qualità.



► Hygiene and Safety

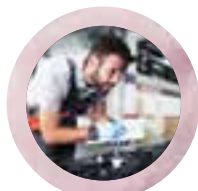
Lo studio, sviluppo e promozione di prodotti dedicati all'igiene delle mani e delle superfici ha portato Lucart Professional ancora più a supporto delle più recenti sfide del mercato. Diversi prodotti per consentire la scelta ideale per ogni ambiente.



► Hygiene and Care Platform



Ho.Re.Ca.



Ufficio e Industria



Benessere



Scuola

Un set di strumenti per la formazione e per la gestione della vita quotidiana negli ambiti Away from Home nella massima sicurezza e igiene. Che sia un ambiente Ho.Re.Ca., Office & Manufacturing, un ambiente Benessere o una

struttura scolastica, Lucart Professional propone in modo semplice e immediato i prodotti migliori, i suggerimenti di igiene e le buone norme comportamentali per consentire una gestione delle attività quotidiane sempre sicura.

► Tree Challenge

Con l'obiettivo di creare maggiore consapevolezza intorno al progetto EcoNatural promuovendolo maggiormente nei principali mercati di riferimento, Lucart Professional ha rinnovato un'incentivazione internazionale rivolta ai venditori dei propri partner principali.

Gli alberi salvati rappresentano il metodo di calcolo della stessa

incentivazione che mantiene la caratteristica fondamentale della gamma di prodotti sulla quale si basa: la sostenibilità. I venditori dei partner partecipanti hanno da un lato, la possibilità di incrementare il loro personale numero di alberi salvati gareggiando tra loro e dall'altro, ottenere il loro contestuale Certificato di Risparmio Ambientale

sul quale vengono riportati, oltre agli alberi salvati, anche la CO₂ non emessa e i cartoni per bevande recuperati.

La competizione internazionale premia i venditori più efficaci nel salvare gli alberi e dà a tutti la possibilità di richiedere uno o più premi sostenibili sulla base del livello maturato.



► Eco-Schools Project Advancing the Circular Economy (E-SPACE)



E-SPACE è un progetto pilota di durata biennale che ha l'obiettivo di preparare le nuove generazioni e di motivarle ad agire in favore dell'economia circolare. Il progetto è sviluppato con la collaborazione di Eco-School.

Il progetto mira a:

- sviluppare un programma di studi sull'economia circolare per l'istruzione scolastica;
- sviluppare un kit didattico sull'economia circolare;
- formare i docenti sull'insegnamento dell'economia circolare utilizzando la metodologia Eco-School delle sette fasi di apprendimento attraverso lo sviluppo di progetti;
- aumentare la consapevolezza dei soggetti interessati per quanto riguarda il ciclo produttivo, dalle materie prime al prodotto finale, il loro impiego, le modalità di riutilizzo, riduzione, riciclo/ricondizionamento.



I primi risultati ci mostrano l'estremo interesse del progetto che ora vede coinvolte 66 scuole su 2 paesi (Slovenia e Lettonia) su una tematica attuale con la partecipazione attiva degli studenti in attività pratiche. Oltre a ciò, si inducono gli studenti a riflettere attraverso esempi concreti di realtà che mettono la sostenibilità al primo posto. Questo per dare ulteriore motivazione e concretezza al progetto.

I valori di E-SPACE sono stati esportati con un progetto indipendente di Lucart Professional in Spagna, coinvolgendo un gruppo di partner commerciali locali.



Tenderly Professional anche nel 2021 si è confermato quale partner di riferimento per gli operatori nel settore Away from Home.



Grazie alle sue gamme di prodotti professional di alta qualità il brand garantisce esperienze di livello superiore con i suoi prodotti in carta ad alta assorbenza, resistenza e morbidezza e sistemi di dispensazione dalle performance eccellenti in ogni contesto.

Tenderly Professional trasferisce al mercato e alla rete vendita costantemente l'innegabile performance dei suoi prodotti.

I prodotti, abbinati a un'efficace consulenza e a un servizio affidabile, assicurano costantemente la soluzione perfetta per qualsiasi area di utilizzo, rispondendo alle esigenze di ogni attività:

- ▶ soluzioni per ogni area di lavoro con i sistemi Ready One, dispensazione foglio a foglio e massima igiene garantita;
- ▶ tecnologia e innovazione al servizio delle performance con i prodotti Texicell;
- ▶ Identity, la gamma di sistemi dispensativi esclusivi che garantiscono un risparmio concreto;
- ▶ Natural, la linea di prodotti amica dell'ambiente.



FATO
YOUR PERSONAL TABLE STYLIST

Prodotti certificati ed eco-sostenibili: questi sono stati i driver delle attività che hanno visto impegnato il brand Fato lo scorso anno.

Una selezione di prodotti certificati Ecolabel: tovaglie, sottopiatti, tovaglioli in carta riciclata, che adesso possono fregiarsi del nuovo certificato. Per un'apparecchiatura semplice, ma attenta all'ambiente.

Non solo. Una nuova offerta di prodotti in Fiberpack® amplia la gamma Natural proponendo agli esercenti un decoro privo di vezzi estetici, ma dal messaggio diretto: 100% Recycled, Fiberpack®. Il decoro chiamato appunto "Simply Natural" è disponibile in più formati di tovagliolo e coordinabile alla tovaglietta a rotolo "Natural Mood" per una mise en place più accurata ed ecologica, perché tutti i prodotti sono certificati FSC® Recycled ed Ecolabel.



Velo
VISION ECO-LOGICALLY ORIENTED

Cresce la gamma, cresce la sostenibilità.

Velo amplia la propria gamma con nuovi prodotti certificati ecologici e dal basso impatto ambientale. Bobine in airlaid compostabili, asciugamani ad alta dispersione, prodotti in Fiberpack® e nuovi confezionamenti in carta riciclata e riciclabile. Stavolta, infatti, l'impegno del brand non si concentra solo sul prodotto, ma anche sul suo confezionamento, intraprendendo un percorso di riduzione delle plastiche vergini negli imballaggi in favore di involti in carta o di pack in plastiche riciclate.

Il tutto attestato dal "Sustainable Packaging Programme" che rappresenta l'impegno programmatico

dell'Azienda nei confronti dell'ambiente in merito ai confezionamenti dei prodotti.

Ogni prodotto riporta la label che comunica la novità sul pack e si fa veicolo della visione ecologica del brand, che si concretizza in modo sempre più tangibile.





4.3

Attività di Marketing e Comunicazione Consumer

Una nuova formulazione per una carta igienica ancora più morbida e rotoli ancora più lunghi per un'esperienza di consumo appagante e rilassante.

► La Carta Igienica

Grazie alla collaborazione fra lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana e l'ufficio R&D, nasce **Tenderly La carta igienica** prodotto destinato a essere la pietra angolare e il punto di riferimento del brand. Un prodotto che sin dal nome vuol essere semplice ma allo stesso tempo esempio perfetto della qualità e dei valori della marca.



► I Fazzoletti

I fazzoletti **Tenderly Eco-Classici** arricchiscono la gamma Tenderly con un nuovo formato che elimina la plastica dal packaging. La stecca esterna è realizzata in carta 100% riciclata e riciclabile mentre i pacchetti singoli sono realizzati in Biotec, un materiale innovativo biodegradabile e compostabile.



► Gli Asciugamani

Tenderly arricchisce la propria gamma con un prodotto che sfrutta le elevate performance dell'airlaid per proporsi come sostituto dei comuni asciugamani di stoffa. La pratica confezione da 25 asciugamani è particolarmente indicata per mantenere la massima igiene a ogni singolo utilizzo.



► Campagna "Tenderly Academy"

Si dice che i capelli bianchi siano segno di saggezza. Questo è sicuramente vero per chi non ha mai smesso di imparare, perché solo la curiosità e l'apertura al mondo ci rendono persone migliori.

Tenderly, attraverso la **Tenderly Academy**, vuole contribuire a creare un mondo più "tenero" facendo riscoprire agli adulti valori di rilievo. I professori sono i bambini, capaci di tradurre concetti complicati grazie alla loro innata ingenuità e purezza.

A sostegno della marca, importanti investimenti in comunicazione hanno coperto l'intero arco dell'anno, su piattaforme tradizionali e digitali.



► Partnership con Save the Children

Anche nel 2021 Tenderly è stata a fianco di Save the Children per il progetto **Spazi Mamme**, luoghi in cui i genitori sono accompagnati durante le tappe più importanti della crescita dei propri figli. Luoghi che promuovono l'inclusione dei bambini tra 0 e 6 anni che vivono una situazione di marginalità, per-

mettendo loro di avere a disposizione gli strumenti adeguati per ogni fase della loro crescita. Il sostegno di Tenderly si concretizza non solo attraverso la donazione ma anche attraverso una campagna di comunicazione volta a sensibilizzare i consumatori sui canali social della marca.



► Partnership con Make a Wish

Nel corso dell'anno la tenerezza Tenderly ha continuato a portare sostegno concreto a Make A Wish, la Onlus di respiro internazionale che si occupa di esaudire desideri di bambini affetti da gravi patologie. Un impegno confermato e rafforzato con 35 desideri esauditi a partire dal 2017.



► Partnership con Mus.e



Nel 2021 è proseguita la partnership con i musei fiorentini, volta a sostenere le iniziative del **Mus.e Firenze**. La Onlus si occupa di valorizzare e di raccontare attraverso le attività di mediazione culturale il patrimonio civico della città toscana a chiunque sia desideroso di comprenderlo e apprezzarlo, e di facilitare la fruizione dell'offerta culturale a beneficio dei pubblici speciali.

Il sostegno di Tenderly, pensato per avviare una serie di iniziative dedicate appunto ai pubblici speciali, non si è fermato nonostante la chiusura delle strutture museali. Una serie di rubriche ed eventi di comunicazione social condivise con il Mus.e hanno permesso di canalizzare interesse sia da parte dei follower Tenderly sia di nuovi contatti.

► Lucca Comics '21 "A riveder le stelle"

Tenderly è stata main sponsor dell'edizione 2021 del Lucca Comics & Games che, dopo un anno di stop, è tornato a essere in presenza seppur con capienza limitata.



► Amazon

Nel 2021 Tenderly è sbarcata su Amazon andando a rafforzare la propria distribuzione con dei formati ad hoc pensati per il mondo on-line.



Tutto

► Tutto Casa

È il monorotolo pensato appositamente per la pulizia delle superfici lisce. 100 maxi fogli dalle elevate performance, per pulire senza lasciare aloni o pelucchi.



► Tutto a Tavola Kids

Nel 2021 il mondo Disney entra anche all'interno della gamma Tutto con un formato speciale di tovagliette decorate con i personaggi Disney Pixar.



► Campagna "Chiedimi Tutto"

Importanti investimenti in comunicazione hanno contraddistinto il 2021 anche per il brand Tutto. Il presidio dei canali social è passato attraverso la continuazione della campagna "Chiedimi Tutto", dove un portarotolo parlante è il fedele consigliere per tutte le problematiche casalinghe. Consigli, curiosità, accorgimenti per conservare gli alimenti e limitare/eliminare gli sprechi in cucina. I contenuti sono stati realizzati ad hoc con la collaborazione di Food Lab, casa editrice specializzata nella realizzazione di contenuti legati al mondo food & beverage.



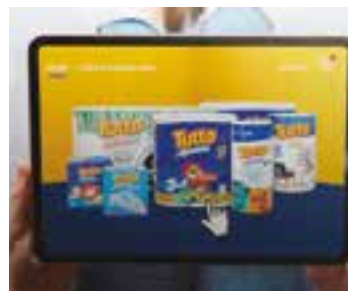
La presenza sui canali social del Tutto Pannocarta si è inoltre arricchita grazie a un progetto speciale realizzato con il noto pasticcere lucchese **Damiano Carrara**, che in qualità di Brand Ambassador ha realizzato e postato sui propri canali una serie di clip e contenuti dedicati all'utilizzo del prodotto, in cucina e fuori.



► Partnership con Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo

Confermato per il 2021 il ruolo di sponsor tecnico dell'**Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo**, all'insegna di una partnership giunta al terzo anno, che ha visto

l'ateneo location d'eccezione per tutti i set e gli shooting delle numerose campagne di comunicazione della marca.



► Amazon

Nel 2021 anche Tutto ha allargato la sua distribuzione sul mondo on-line e in particolare su Amazon.



► Tutto Pannocarta in TV



Confermata inoltre la presenza in TV per tutto l'anno, grazie a product placement di grande impatto mediatico in collaborazione con **Cotto e Mangiato** (Italia 1), **Giusina in Cucina** (Food Network), **Cake Star** (Real Time).

L'esteso utilizzo del prodotto in tutte queste trasmissioni ha ampiamente consolidato la comunicazione sulle caratteristiche uniche di un prodotto realizzato con la tecnologia airlaid, che utilizza fibre di cellulosa lunghe e molto resistenti che non entrano mai in

contatto con l'acqua nel processo produttivo, rimanendo quindi super assorbenti. Fibre che compongono naturalmente una struttura "a diga" offrendo dei risultati eccezionali: un'assorbenza superiore del 50% rispetto alle altre carte casa e una particolare resistenza che lo rende riutilizzabile più e più volte.



L'innovativa gamma Grazie Natural rafforza la sua immagine Green con particolare attenzione anche al packaging.

L'impegno Lucart nella ricerca di soluzioni ecologiche e innovative per ridurre l'impatto ambientale ha prodotto nel 2021 importanti risultati. Grazie Natural, oltre a essere prodotta con carta riciclata dai cartoni per bevande, pone particolare attenzione al packaging

esterno ed è oggi disponibile in due versioni: una con plastica riciclata al 60% e una con carta 100% riciclata per ridurre al massimo l'utilizzo della plastica all'interno dei propri prodotti. Tutte le confezioni sono riciclabili.



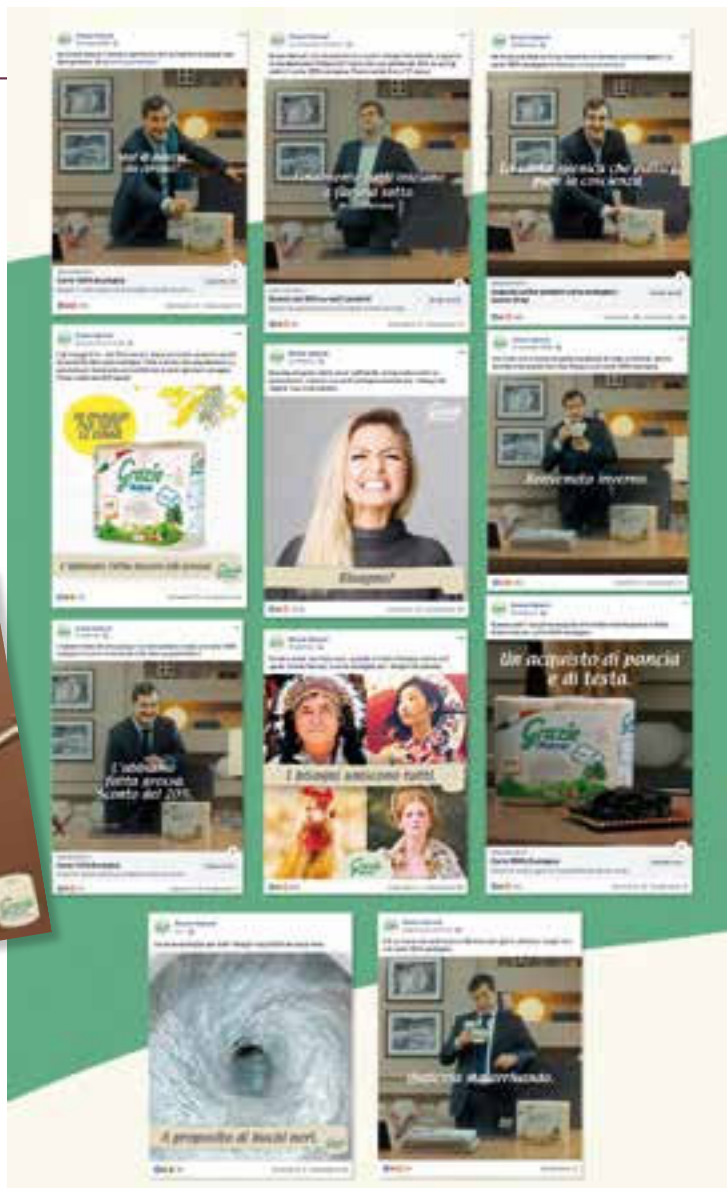
► Grazie Shop

Sempre più frequentato e attivo lo [shop on-line di Grazie Natural](#). Un contesto digitale che permette alla marca di parlare ancor più direttamente ai suoi consumatori e di raggiungere tutti coloro che prediligono scelte di consumo consapevoli ed eco sostenibili.



► Comunicazione Social

Dopo gli importanti riconoscimenti ricevuti agli NC Digital Awards, giunge alla terza stagione la campagna “Bisogni” che riesce a coniugare messaggi socialmente rilevanti con un tono ironico e giovane. Costante il rinnovamento della pagina Facebook con nuovi contenuti, post e messaggi, così come costante l’interazione con i consumatori. Inoltre, sia la pagina Facebook sia il sito Internet sono adesso disponibili anche in lingua francese.



► Blog

Il sito internet www.Grazie.it si arricchisce con un blog di approfondimento su tutti i temi dedicati all’educazione ambientale. Grazie Natural, con i suoi consigli, si pone l’obiettivo di diventare il punto di riferimento Green per i consumatori, andando oltre alle sole abitudini di consumo.

4.4

Premi

► Il Logistico dell'anno



Grazie al progetto Tissue Train, realizzato in collaborazione con Logistica Uno, Giovanni Illibato, Chief Supply Chain di Lucart, ha ritirato il premio "Il Logistico dell'anno" che nasce con l'obiettivo di riconoscere aziende che hanno fatto dell'innovazione il loro punto di forza.

► Vivere a Spreco Zero 2021" Oscar della sostenibilità

A Bologna si è svolta la cerimonia di premiazione per la campagna "Vivere a Spreco Zero", iniziativa promossa dal Professore Andrea Segrè in sinergia con il Ministero dell'Ambiente per assegnare ogni anno l'Oscar della sostenibilità a comuni, imprese, scuole e associazioni che si sono distinte nella promozione di buone pratiche di prevenzione contro gli sprechi alimentari. Guido Pasquini, in veste di consigliere di Newpal, la nuova società fondata da Lucart e CPR System, ha ritirato il premio come vincitore della categoria economia circolare per il progetto di recupero dei cartoni per bevande usati.



► Hungarian Sustainability Symbol



Il Progetto EcoNatural di Lucart Professional si è aggiudicato l'importante riconoscimento Hungarian Sustainability Symbol. Il riconoscimento che premia i prodotti simbolo per l'ecologia in Ungheria è stato ritirato da Omar Balducci Sales Manager AFH Central and Eastern Europe di Lucart.

► Tenderly il bello per tutti

In occasione del ventennale dell'Associazione Mus.e, organizzato nel Salone del Cinquecento a Palazzo Vecchio a Firenze, Giovanni Monti Corporate Sales & Marketing Director Consumer di Lucart ha ritirato il premio in qualità di partner sostenitore grazie all'iniziativa #ilbellopertutti di Tenderly.



► SMAU

Lucart ha vinto il Premio Innovazione Smau 2021, il riconoscimento riservato alle imprese che, in diversi settori industriali, vogliono avviare attività di sviluppo di prodotto e di processo per portare sul mercato la vera innovazione. Il premio, ritirato da Massimiliano Bartolozzi, Chief Information Technology di Lucart, è stato assegnato per la progettazione della prima tecnologia in grado di supervisionare una cartiera in modo digitale e automatizzato.



► MOIGE



Il Movimento Italiano Genitori (MOIGE) ha consegnato a Francesco Pasquini Chief Sales

& Marketing Officer di Lucart, il premio per la campagna "Chimica della tenerezza" di Tenderly Academy in ottica di family-friendly per aver saputo fondere originalità e spessore in una campagna che permette di scoprire valori di rilievo come la gentilezza, la tenerezza, la condivisione e l'inclusività.

Partecipazioni a Convegni

Numerosi sono stati i convegni e altri eventi in cui i Manager di Lucart sono stati invitati in qualità di relatori.

Quasi tutti i convegni si sono svolti in modalità on-line.

► Festival dello Sviluppo Sostenibile

Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager di Lucart, è stato ospite del workshop "Il Valore della Sostenibilità" organizzato da ASVIS per raccontare come l'economia circolare può creare valore.



► Innovation Days

Giovanni Illibato, Chief Supply Chain di Lucart, ha parlato di innovazione sostenibile per la gestione integrata della catena logistica alla tappa toscana degli Innovation Days organizzata da Il Sole 24 Ore e Confindustria.



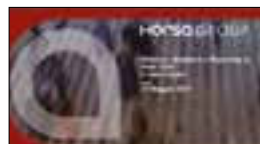
► Green Retail LAB

Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager di Lucart, è intervenuto al seminario "Green Retail Lab: la sfida della sostenibilità" per raccontare cosa significa percorrere la via della sostenibilità e della circolarità nel mondo del Retail.



► Horsa

Roberto Vigolo, Intelligence Services Manager di Lucart, ha presenziato il webinar "Analytics e Reporting in real time" organizzato da Horsa Group presentando il caso Lucart.



► Increasing the efficiency by improving the SD planning process

Roberto Vigolo, Intelligence Services Manager di Lucart, ha partecipato all'evento organizzato da Tagetik con un intervento sul tema del miglioramento del processo di pianificazione.



► Ecoforum 2021

Guido Pasquini, Sustainability Sr Advisor di Lucart, è intervenuto al forum organizzato da Legambiente dal titolo "Ecodesign e Ri-prodotti: ridurre i rifiuti è possibile" per raccontare le azioni messe in atto dall'azienda su questa tematica.



► Trasporto Collaborativo

Giovanni Illibato, Chief Supply Chain di Lucart, ha partecipato al workshop dedicato al trasporto collaborativo organizzato da Chep per presentare la collaborazione iniziata con Caviro s.c.a., la più grande cantina vitivinicola in Italia, al fine di creare un network dei pallet.



4.6

Comunicazione Web

Nel corso dell'anno è continuato lo sviluppo e aggiornamento di tutti i siti internet del Gruppo, al fine di utilizzare questo strumento come efficace mezzo di contatto e interazione con i nostri clienti e consumatori.

► ISTITUZIONALE

- www.lucartgroup.com



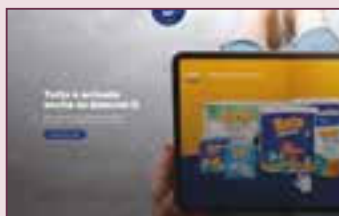
► AWAY FROM HOME

- www.lucartprofessional.com
- www.fato.com
- www.tenderlyprofessional.com
- www.veloweb.it
- www.espenigma.com



► CONSUMER

- www.tenderly.it
- www.tuttoxtutto.it
- www.grazie.it



► ACQUISTI ON LINE

- grazieshop.it



4.7

Fiere, Eventi e Sponsorizzazioni

Nel 2021 il Gruppo ha partecipato, con una propria area espositiva, alle più importanti manifestazioni del settore, nel rispetto delle disposizioni anti Covid -19.



Fiere

► Ecomondo – Fiera Corporate – Rimini, Italia

Lucart per la quinta volta ha rinnovato la sua presenza alla fiera di riferimento in Europa per l'innovazione industriale e tecnologica, presentando il suo modello di business circolare e la nuova società Newpal agli operatori della Green Economy.



► Pulire - Fiera AFH - Verona, Italia

Evento fieristico di caratura internazionale, la prima manifestazione di settore dall'inizio dell'evento pandemico. Un'occasione imprescindibile per incontrare i clienti, mostrare le innovazioni aziendali ed entusiasmare il settore con un importante segnale di ripartenza.



► Cleanexpo - Fiera AFH - Mosca, Federazione Russa

Questa fiera rappresenta un momento di incontro fondamentale tra la domanda interna prevalentemente moscovita e l'offerta dell'Europa Occidentale. Un'occasione per presentare Lucart Professional a un mercato dal potenziale estremamente elevato.



► The Cleaning Show - Fiera AFH - Londra, Regno Unito

La prima partecipazione di Lucart Professional a questa manifestazione, un momento significativo per supportare la "neonata" filiale Lucart Hygiene Ltd e il suo team commerciale.



► Hygienalia - Fiera AFH - Madrid, Spagna

Evento biennale in cui Lucart Professional gioca un ruolo di leader nel mercato spagnolo, supportando la filiale Lucart Tissue & Soap S.L.U. e presentando le innovazioni del brand a un mercato in forte crescita come quello iberico.





Eventi



► Puliamo il mondo

Lucart ha partecipato all'iniziativa di volontariato ecologico organizzata da Legambiente su tutto il territorio italiano, insieme a tanti volontari e scuole del territorio di Borgo a Mozzano. L'intervento all'insegna del senso civico collettivo, si è svolto presso l'area industriale di Borgo a Mozzano con l'obiettivo di ripulire e sanificare il greto del fiume. Il grande entusiasmo e partecipazione all'iniziativa sono stati la dimostrazione di rispetto verso il territorio e l'ambiente in cui viviamo.



► Presentazione Rapporto di Sostenibilità 2020

In occasione dell'uscita del 16° rapporto di sostenibilità, Lucart ha presentato i suoi risultati con una tavola rotonda digitale per raccontare il suo impegno per la sostenibilità da sempre al centro della promessa del Gruppo.

Tessa Gelisio, moderatrice dell'evento, ha intervistato Massimo Pasquini, Amministratore Delegato di Lucart, Simona Bonafè, Eurodeputata, Fabio Iraldo, Professore Ordinario di Management presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Francesco Pasquini, Chief Sales e Marketing Officer di Lucart, Francesco Faella, Managing Director di Tetra Pak®, Giancarla Pancione, Marketing e Fundraising Director di Save The Children.



► Presentazione Newpal

Durante la fiera Ecomondo, Lucart e CPR System hanno presentato al pubblico e alla stampa Newpal S.p.A., il nuovo progetto di economia circolare che consentirà di chiudere il ciclo di recupero dei cartoni per bevande. La nuova azienda è dedicata allo stampaggio di pallet di alta qualità realizzati in plastica riciclata.



► Inaugurazione magazzino stabilimento di Nyergesújfalu

Nel primo semestre dell'anno sono stati completati i lavori di ampliamento del magazzino dedicato allo stoccaggio del prodotto finito. Con questo nuovo investimento, lo stabilimento ora raggiunge una superficie complessiva di più di 16.000 m² coperti.

L'inaugurazione, avvenuta nel pieno rispetto delle norme anti-Covid-19, ha visto la partecipazione di numerose autorità politiche, tra cui il Ministro degli Affari Esteri Péter

Szijjártó, il Segretario di Stato Pál Völner, la Sindaca di Nyergesújfalu Magdolna Mihelik, il Direttore

dell'Hipa Róbert Ésik e il nuovo Ambasciatore d'Italia in Ungheria s.e. Manuel Jacoangeli.



► Inaugurazione linea di trasformazione stabilimento di Artziniega

In occasione dell'inaugurazione della nuova linea produttiva nello stabilimento di Artziniega, Irigo Urkullu, Presidente del Governo della Comunità Autonoma dei Paesi Baschi e Arantxa Tapia, Con-

sigliera per lo sviluppo economico, sostenibilità e ambiente, hanno visitato lo stabilimento spagnolo per conoscere l'attività dell'azienda e i futuri investimenti nella regione basca.



Sponsorizzazioni



► Ripartire Festival

Lucart ha supportato l'appuntamento con i giovani, organizzato dal Comune di Lucca presso il Foro Boario, che propone incontri, workshop e momenti musicali per dare un segno di ripartenza e ottimismo.



► L'ambiente si nota

L'Eco concerto organizzato a Lucca da Pentapolis, ha visto esibirsi sul palco del Teatro del Giglio band dove i tradizionali strumenti musicali sono stati reinventati attraverso l'utilizzo di materiali di recupero e ortaggi. Lucart con il suo spirito Green, ha sponsorizzato la manifestazione alla sua seconda edizione dove sostenibilità, economia circolare e musica sono stati gli ingredienti del Festival.



► TEDxRiesi

Lucart è stata partner della prima edizione del TEDxRiesi in Sicilia. La manifestazione ha avuto come tema "Isole verso nuove frontiere."



► Mont'Alfonso sotto le stelle

Lucart ha sostenuto il festival culturale organizzato dal Comune di Castelnuovo di Garfagnana, che ospita eventi di prestigio e artisti di caratura internazionale.



**Tabelle
rieepilogative
degli indicatori
GRI**

Tabella di riconciliazione fra le tematiche materiali e i topic GRI

Tematica materiale	Correlazione tematica topic GRI standards	Perimetro dei material topic	Tipologia di impatto
Sostenibilità economico finanziaria	• Performance economica	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Etica ed integrità di Business	• Anticorruzione	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Condizioni di lavoro	• Occupazione • Diversità e pari opportunità	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Diritti umani	• Non discriminazione • Lavoro minorile • Lavoro forzato	• Gruppo • Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Sviluppo e formazione dei dipendenti	• Formazione e istruzione	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Salute e sicurezza dei lavoratori	• Salute e sicurezza sul lavoro	• Gruppo • Dipendenti	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Customer satisfaction	• Marketing e etichettatura	• Gruppo • Consumatori finali	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Impatti sul territorio (anche da un punto di vista sociale)	• Impatti economici indiretti • Comunità locali • Presenza sul mercato	• Gruppo • Comunità locale • Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Ricerca, sviluppo e innovazione	• N/A	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Salute e sicurezza dei consumatori	• Salute e sicurezza dei consumatori • Privacy dei clienti	• Gruppo • Clienti • Consumatori finali	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Marketing e comunicazione	• Marketing e etichettatura	• Gruppo • Clienti • Consumatori finali	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Valutazione e gestione degli impatti ambientali	• Scarichi e rifiuti • Energia • Emissioni • Acqua	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Risorse rinnovabili	• Energia • Materiali	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Sviluppo sostenibile del prodotto	• N/A	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Logistica efficiente (trasporto merci)	• N/A	• Gruppo	Causato dal Gruppo
Approvvigionamento responsabile	• Pratiche di approvvigionamento • Valutazione dei fornitori secondo criteri ambientali • Valutazione dei fornitori sulla base delle politiche e condizioni di lavoro • Materiali	• Gruppo • Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Consapevolezza ed educazione ambientale	• N/A	• Gruppo • Comunità locale	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività

GRI CONTENT INDEX

UNIVERSAL STANDARDS

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
GRI 102: INFORMATIVA GENERALE 2016				
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE				
102-1	Nome dell'organizzazione	4; 20-21; 28		
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	16; 31-33		
102-3	Luogo della sede principale	20-21; 28		
102-4	Luogo delle attività	20-21		
102-5	Proprietà e forma giuridica	20-21; 28		
102-6	Mercati serviti	30-33		
102-7	Dimensione dell'organizzazione	16-17		
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	65-68		
102-9	Catena di fornitura	76		
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura		Non si registrano cambiamenti significativi relativi alla catena di fornitura nel corso del 2021	
102-11	Principio di precauzione		Nella valutazione del processo decisionale viene attuato un approccio prudentiale	
102-12	Iniziative esterne	2-3; 79-81		
102-13	Adesione ad associazioni	79-81		
STRATEGIA				
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	2-3		
ETICA E INTEGRITÀ				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	34; 48-49; 62-63		
GOVERNANCE				
102-18	Struttura della governance	28-29		

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	40-44		
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	77	Tutti i dipendenti di Lucart S.p.A. sono coperti da Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro	
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	40-47; 72-83		
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	40-47; 72-83		
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	40-44		
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE				
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	4		
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	4		
102-47	Elenco dei temi materiali	40-47		
102-48	Revisione delle informazioni		Non sono state riportate modifiche di informazione rispetto ai report precedenti	
102-49	Modifiche nella rendicontazione		Nel Report 2021 sono stati inclusi all'interno del perimetro di rendicontazione i dati le informazioni di Lucart Hygiene Ltd.	
102-50	Periodo di rendicontazione	4		
102-51	Data del report più recente		Luglio 2021	
102-52	Periodicità della rendicontazione	4		
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	4		
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	4		
102-55	Indice dei contenuti GRI	137		
102-56	Assurance esterna	148	Il presente Report è sottoposto ad assurance da parte di PwC. La relazione di revisione è stata emessa in data 27/05/2022	

TOPIC-SPECIFIC STANDARDS

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------

SICUREZZA DEL PRODOTTO

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	40		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	51		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	51		
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016				
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati tali casi
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016				
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi			Le informazioni riportate sulle etichettature del prodotto sono conformi a quanto previsto dalle legislazioni nazionali di riferimento
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati tali casi
GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI				
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti			Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti



GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------

INTEGRITÀ E SOSTENIBILITÀ DEL BUSINESS

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016					
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	40			
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	50-53			
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	50-53			
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016					
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	17			
GRI 202: PRESENZA SUL MERCATO 2016					
202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale		I senior manager assunti nelle sedi operative, sono di provenienza locale		
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016					
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	8-15; 16-17			
GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016					
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione		Net periodo rendicontato, non vi sono state comunicazioni su tali tematiche		
GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA 2016					
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica		Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati tali casi		

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	69-71	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	54; 69-71	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	69-71	
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	69-71	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	69-71	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	69-71	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	69-71	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	69-71; 73-74	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	69-71	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	69-71	
403-9	Infortuni sul lavoro	69-71	



GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------

CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI



GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	51	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	51	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	51	
GRI 305: EMISSIONI 2016			
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	105-106	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	105-106	
305-4	Intensità delle emissioni di GHG	105-106	
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	105-106	
305-7	Ossidi di azoto (NO _x), ossidi di zolfo (SO _x) e altre emissioni significative	105-106	






SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO






GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	73-76	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	73-76	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	73-76	
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016			
401-1	Nuove assunzioni e turnover	65-68	
401-3	Congedo parentale	65-68	
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016			
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	65-68	




GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	73-74		 
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	75		
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	28; 65-68		
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016				
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel periodo rendicontato non sono stati segnalati casi di discriminazione	

APPROVVIGIONAMENTO E IMPIEGO RESPONSABILE DELLE RISORSE

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				    
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	76; 92-94		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	76; 92-94		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	76; 92-94		
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016				
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	76		
GRI 301: MATERIALI 2016				
301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	18; 92-94		
GRI 302: ENERGIA 2016				
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	98-101	La Società non rendiconta i consumi di carburante del suo parco auto	
302-3	Intensità energetica	18; 98-101; 109		
302-4	Riduzione del consumo di energia	98-101	La riduzione dei consumi energetici riguarda solo il consumo di energia elettrica	



GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI 2018				
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	95-97		
303-3	Prelievo idrico	95-97	<p>La Società non fornisce disclosure del:</p> <p>1) quantitativo in ML dei prelievi idrici, divisi per fonte di prelievo e categoria (acqua dolce e altre categorie)</p> <p>2) dettaglio dei prelievi idrici in aree a stress idrico, suddivisi per fonte di prelievo e categoria (acqua dolce e altre categorie)</p>	    
GRI 306: RIFIUTI 2020				
306-3	Rifiuti prodotti	107-108		
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	107-108	La Società rendiconta il peso totale dei rifiuti non destinati allo smaltimento divisi fra pericolosi e non pericolosi	
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	107-108	La Società rendiconta il peso totale dei rifiuti destinati allo smaltimento divisi fra pericolosi e non pericolosi	

RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	40		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	38-39		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	38-39		

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------

SVILUPPO SOSTENIBILE DEL PRODOTTO

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				 
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	40		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	38-39		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	38-39		

SODDISFAZIONE DEI CLIENTI E CONSUMATORI FINALI


GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	72	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	72	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	72	

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	40-45; 72-83	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	40-45; 72-83	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	40-45; 72-83	

GRI Standard	Informazione	N. pag.	Note	Collegamenti SDGs
--------------	--------------	---------	------	-------------------


IMPATTO COVID-19

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	54		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	54		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	54		


CONCILIAZIONE VITA PRIVATA E LAVORO

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	76		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	76		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	76		

DIRITTI UMANI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	62		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	62		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	62		

SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LOCALE

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	121; 125; 134-135		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	121; 125; 134-135		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	121; 125; 134-135		



LUCART SPA

**RELAZIONE SULL' ESAME LIMITATO DEL BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ**

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2021

Relazione sull'esame limitato del Bilancio di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione della Lucart SpA.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità di Lucart SpA (di seguito “la Società”) e sue controllate Lucart Sas, Lucart Tissue & Soap SLU, Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft, Lucart Hygiene Ltd e Lucart 3.0 Srl (di seguito “il Gruppo” o “Gruppo Lucart SpA”) relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 e approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 27 maggio 2022.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori della Lucart SpA sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2016, e aggiornati al 2020, dal GRI - Global Reporting Initiative (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Lucart in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

La nostra indipendenza e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

PriceWaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a unico titolare
Sede legale: Milano 20121 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 760091 Cap. Soc. Euro 100.000.000 i.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano/Milano/Italia
1061 0023480088 - Abu Dhabi/Ras Al Khaima 70132 Via Albatross 79 Tel. 050 2649310 Fax 050 2649311 - Bologna 40136 Via Angelo Fedi 8 Tel. 051 6180015 - Brescia 25121 Viale Duce d'Acosta 25 Tel. 030 3697301 - Cagliari 09123 Viale Diaz 26 Tel. 070 6648774 - Firenze 50121 Viale Cassanese 15 Tel. 055 2480811 Fax 055 2480899 - Genova 16121 Piazza Princesse 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via dei Mills 16 Tel. 081 36182 - Padova 35125 Via Verona 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734399 - Palermo 30126 Via Belle Patti 26 - Palermo 90141 Via Marchese Cigno 60 Tel. 091 6230313 Fax 091 7829221 - Palermo 90129 Via Roma 437 Tel. 091 673211 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 Fax 0521 784314 - Pescara 66127 Piazza Ettore Troilo 5 - Roma 00154 Largo Poletti 29 Tel. 06 6900721 Fax 06 6920739 - Torino 10121 Corso Poletto 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 2773399 - Trento 38121 Viale della Costituzione 23 Tel. 0461 373064 Fax 0461 373077 - Treviso 31100 Viale Polignone 30 Tel. 0422 21271 Fax 0422 212798 - Trieste 34123 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0431 2480781 Fax 0431 2480727 - Verona 37121 Via Trieste 21/C Tel. 045 8060004

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PriceWaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it

La nostra responsabilità

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Gruppo Lucart In Sintesi" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Lucart SpA e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di Capogruppo
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.



- per lo stabilimento di Diecimo, che abbiamo selezionato sulla base delle sue attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione e della loro ubicazione, abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

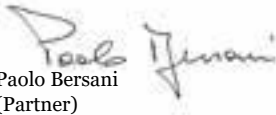
Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Lucart relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020 e al 31 dicembre 2019, non sono stati sottoposti a verifica.

Torino, 27 maggio 2022

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl



Paolo Bersani
(Partner)



► Lucart S.p.A.

SEDE AMMINISTRATIVA E LEGALE:

Via Ciarpi, 77
I - 55016 Porcari (Lucca)
Tel. +39 0583 21 40
Fax +39 0583 29 90 51

STABILIMENTI E UFFICI COMMERCIALI:

55016 **PORCARI** (Lucca)
Via Ciarpi, 77
Tel. +39 0583 21 40

55023 **BORGO A MOZZANO** (Lucca)
Z.I. Decimo
Tel. +39 0583 83 701

30020 **TORRE DI MOSTO** (Venezia)
Via G. Galilei, 4 - Z.I.
Tel. +39 0421 31 28 11

55032 **CASTELNUOVO DI GARFAGNANA** (Lucca)
Via E. Fermi, 13
Tel. +39 0583 64 01

85021 **AVIGLIANO** (Potenza)
Loc. Serra Ventaruli
Tel. +39 0971 70 31 11

CENTRO LOGISTICO:

55011 **ALTOPASCIO** (Lucca)
Via del Palazzaccio, 56
Tel. +39 0583 83 701

www.lucartgroup.com

Questo documento è proprietà di Lucart. Ogni riproduzione anche se parziale è vietata salvo preventiva autorizzazione scritta.

Progetto grafico
© Corberi Sapori Editori Sas

Fotografia
© Giorgio Leone
© O-Zone
© Osvaldo Domenici
© Marco Piccolo

Stampa
Pacini Editore Srl

► Lucart S.a.s.

F - 88600 Laval sur Vologne
10, Rue Maurice Mougeot BP35
Tel. +33 (0)3 29 55 78 78
Fax +33 (0)3 29 55 78 76

► Lucart Kft.

HU - 2536 Nyergesújfalu
Iparos utca 1
Tel. +36 33 428 128 // +36 33 428 129
Fax: +36 33 428 130

► Lucart Tissue & Soap S.L.U.

E - 48850 Aranguren (Bizkaia)
Nicolás María Urgoiti s/n
Tel. +34 946 670 000
Fax +34 946 390 985

► Lucart Deutschland GmbH

DE - 60487 Frankfurt
Tilsiter Straße 1

► Lucart Hygiene Ltd.

UK - WR8 0EF Worcester
Blackmore Park Rd, Hanley Swan
Tel. +44 (0) 1684 893 797

Il Team Comunicazione Corporate, che ha curato la redazione del documento, ringrazia tutti i colleghi che hanno attivamente collaborato alla stesura dello stesso e i colleghi che con disponibilità e simpatia hanno partecipato al servizio fotografico.



 **LUCART**
SHARING THE FUTURE

**MISTO**
Carta da fonti gestite
in maniera responsabile
www.fsc.org
FSC® C111769

 **ELEMENTAL CHLORINE FREE**
GLUE FREE

 **ACID FREE**

 **100% RICICLATO**

 **NO HEAVY METALS**

 **NO ARSENIC**

 **NO HEXAVALENT CHROMIUM**

Documento stampato su carta ecologica "Oikos" delle Cartiere Fedrigoni.