



frankalza®

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023

Famiglia , Sostenibilità, Innovazione

INDICE

- ◆ LETTERA AGLI STAKEHOLDER 3
- ◆ IL NOSTRO VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ 4
- ◆ 1_FRANKALZA: CALZE DAL 1963
 - La storia 5
 - Il Modello di business e la creazione di valore 14
 - Il brand FRANKALZA 10
 - La presenza sul mercato 11
 - La Governance dell'azienda 13
- ◆ 2_CREDIAMO IN UN FUTURO SOSTENIBILE 16
 - Il valore degli stakeholder 17
 - L'analisi della materialità d'impatto 18
 - Temi materiali ed i nostri Goal 20
 - Impatti 21
 - Gli obiettivi futuri 22
- ◆ 3 LA NOSTRA CATENA DEL VALORE 24
 - La nostra filiera 25
 - Cura e responsabilità verso i clienti 26
 - La salute e la sicurezza dei clienti 27
 - Qualità ed affidabilità oltre confine 28
 - Brand marketing 30
- ◆ 4_IL VALORE DELLE PERSONE
 - L'impegno per le persone 31
 - La Salute e Sicurezza sul lavoro 36
 - Le comunità locali 37
- ◆ 5_IL NOSTRO RUOLO NELLA LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO 38
 - L'impegno per la tutela dell'ambiente 38
 - Le performance ambientali 39
- ◆ NOTA METODOLOGICA 44
- ◆ GRI CONTENT INDEX 45
- ◆ CONTATTI 48

Carissimi Nonni,

È con un profondo senso di gratitudine e ammirazione che dedico a voi questo lavoro.

Due figure straordinarie che hanno dato vita a un'eredità che ha plasmato la mia vita e quella di tante altre persone. Come terza generazione nell'azienda che porta il vostro nome, mi sento privilegiata nel poter condividere un legame così forte con voi.

Nonna Piera, la tua presenza vibrante e la tua determinazione sono state una fonte costante di ispirazione per me e per chiunque abbia avuto il privilegio di conoscerti. La tua passione per l'imprenditorialità, unita alla tua innata capacità di guidare con fermezza e gentilezza, ha creato le solide fondamenta su cui oggi si regge la nostra azienda.

Anche se non sei più con noi, il tuo spirito vive attraverso ogni filo tessuto nella nostra fabbrica e attraverso ogni decisione che prendiamo. Nonno Franco, il tuo impegno instancabile e la tua dedizione senza pari sono una fonte di ammirazione infinita. A 88 anni, continui a essere la forza trainante di questa azienda, dimostrando giorno dopo giorno che la passione per il lavoro e l'amore per la famiglia possono superare ogni ostacolo.

La tua presenza costante è un testimone vivente della forza e della resilienza che caratterizzano la nostra famiglia.

Sono consapevole che senza il vostro sacrificio e il vostro impegno instancabile, non saremmo qui oggi a celebrare i successi della nostra azienda. Ogni filo tessuto, ogni prodotto confezionato, racconta la storia del vostro amore, della vostra dedizione e del vostro spirito indomito.

Vi ringrazio dal profondo del mio cuore per tutto ciò che avete fatto e continuate a fare per noi.

Le vostre lezioni di vita e il vostro esempio continueranno a illuminare il nostro percorso, guidandoci verso un futuro luminoso e ricco di successi.

Con affetto e rispetto infiniti,

*Vostra Nipote,
Chiara Mannarino*

Nel 2024 abbiamo scelto di iniziare a sviluppare un percorso di **trasparenza**, dando visibilità ad attività, scelte e processi di miglioramento che già da diverso tempo erano parte integrante del nostro DNA.

Fare bene le cose ripaga. E farle bene per noi significa metterci attenzione, rispetto, spirito innovativo e passione. Questo approccio si traduce concretamente nella ricerca costante di un **miglioramento** dei nostri processi produttivi, sia in termini energetici sia di emissioni; nella ricerca di materie prime che abbiano un'origine controllata e di fornitori che lavorino seguendo i nostri stessi obiettivi etici.

Un ruolo centrale nella nostra realtà è rivestito dalle persone che ne fanno parte: siamo consapevoli di quanto il lavoro abbia un ruolo importante nella **vita** dei nostri dipendenti e di come questo non sia solo un mezzo di sostentamento ma anche uno strumento di crescita e realizzazione personale. Per questa ragione ci impegniamo a promuovere la costruzione di **rapporti umani** forti e positivi,

fondati sulla valorizzazione delle competenze e delle diversità di ciascuno.

La nostra è una **piccola realtà familiare** dove i ruoli da ricoprire sono spesso pochi e trasversali, ma cerchiamo di coinvolgere i nostri dipendenti il più possibile in modo consapevole. L'utilizzo di impianti fotovoltaici, nuovi macchinari 4.0, materie prime certificate e packaging

ecosostenibili sono solo alcuni esempi di come **Frankalza** contribuisce alla costruzione di un mondo più sostenibile per le future generazioni. Gli impianti fotovoltaici consentono di produrre energia pulita, riducendo le emissioni di CO2 e l'impiego di fonti fossili. L'adozione di **materie prime organiche** e sostenibili, invece, contribuisce a preservare le risorse naturali e a ridurre l'impatto ambientale. Il packaging ecosostenibile, realizzato con materiali biodegradabili e riciclabili, rappresenta una scelta responsabile e attenta alla tutela dell'ambiente,

mentre l'adozione di nuovi **macchinari 4.0** permette di ottimizzare i processi produttivi, ridurre gli sprechi e migliorare la qualità del prodotto finale. Questi progetti e molti altri verranno esplorati nel seguente report, il filo conduttore che li lega rimane uno e semplice: ogni giorno ci impegniamo a migliorare nell'interesse nostro, delle **persone** con cui lavoriamo, delle comunità che ci accolgono e dell'ambiente che ci circonda.

Famiglia Scarpari

LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

IL NOSTRO VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità

La redazione di questo primo “Bilancio di Sostenibilità” è dettata dalla scelta di condividere con gli stakeholder i risultati che abbiamo raggiunto grazie alle attività che abbiamo messo in campo per valorizzare e sostenere le nostre persone e la comunità: fattori imprescindibili per poter proseguire nel cammino della crescita responsabile.

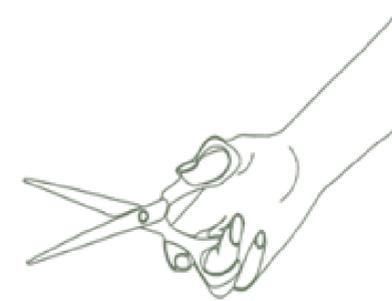
Un cammino che ci impegniamo a percorrere con continuità e coerenza, nonostante non sia sempre facile muoversi in un contesto internazionale ancora scosso dalla complessa situazione geopolitica che coinvolge l'Europa.

Questo primo Bilancio è una tappa importante anche perché testimonia un modello evoluto di fare impresa e formalizza il nostro impegno per l'eccellenza, la promozione di nuovi paradigmi di business, la sostenibilità e, ultimo ma non meno importante, la trasparenza verso tutti i portatori di interesse.



FILATI ORGANICI E BIOLOGICI

Siamo alla continua ricerca di fibre sostenibili che vengono reperite al minor impatto ambientale, semplici da riciclare e 100% biodegradabili



ARTIGIANI ITALIANI

Un'eccezionale artigianalità Made in Italy e una filiera corta per creare prodotti di qualità superiori accessibili a tutti



IMPATTO MINORE

Promuoviamo nuovi processi responsabili monitorando il nostro impatto ambientale

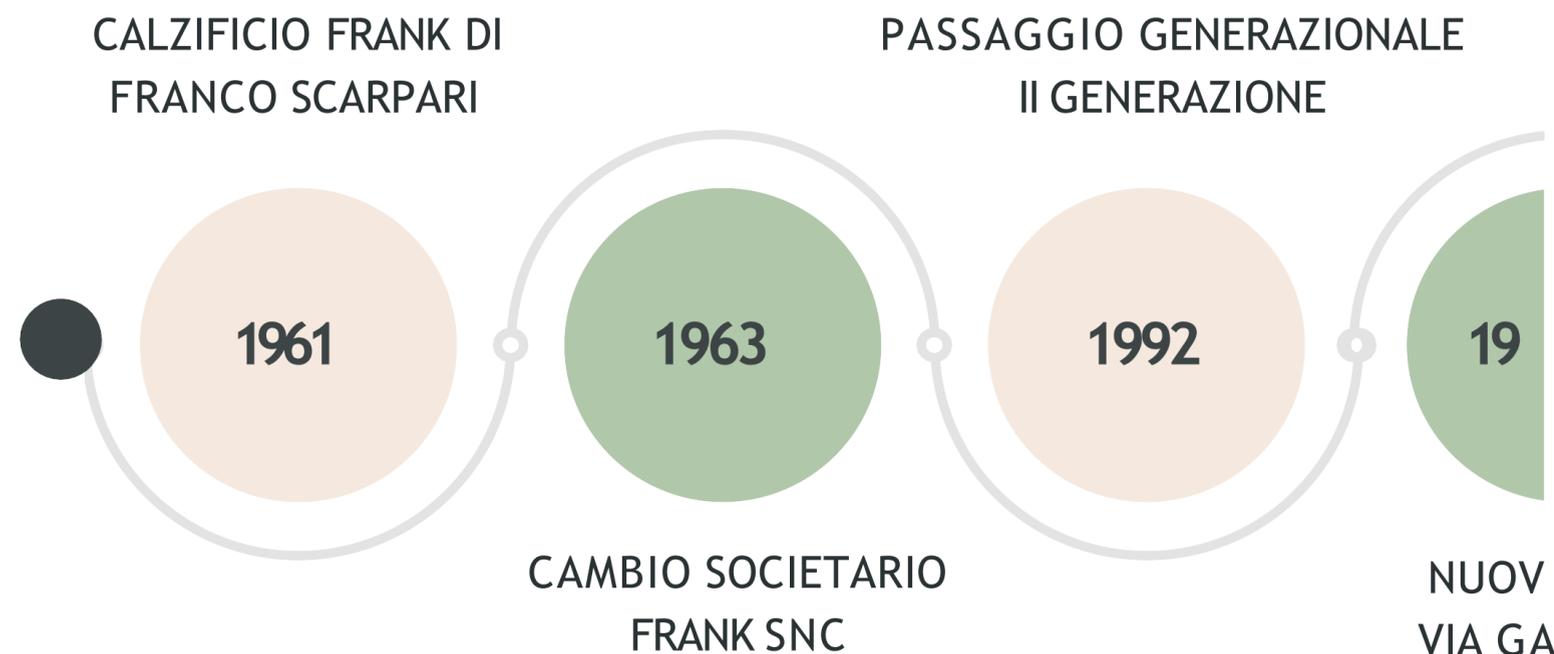
CALZE DAL 1963

Frankalza nasce nel 1963 come impresa manifatturiera individuale e si afferma nel settore tessile per la produzione e commercializzazione di calze da uomo, donna e bambino.

Il calzificio situato nel Comune di Botticino, opera in un edificio industriale di proprietà di ca. 3000 mq.

L'attività di famiglia si consolida nel tempo con l'ingresso in azienda della seconda generazione che introduce importanti novità allo storico marchio Frankalza®, principalmente operativo nel mondo B2B.

È poi con la terza generazione che il marchio decide di affrontare una nuova sfida facendosi strada nel mondo retail: essere "live", diventare "social" e farsi conoscere anche dalle nuove generazioni.

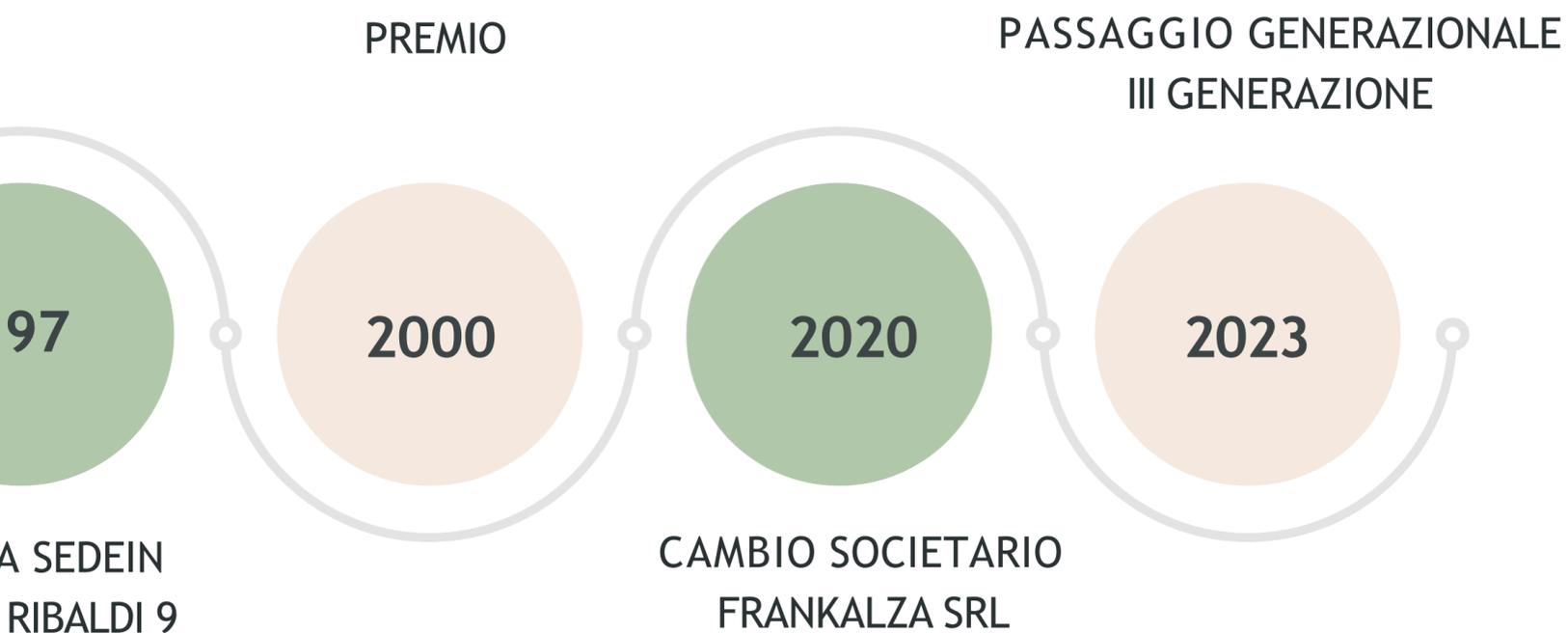


La storia

La nostra è un'azienda italiana che studia, ricerca, progetta e realizza calze da sempre nel sito produttivo situato a Botticino, in Provincia di Brescia.

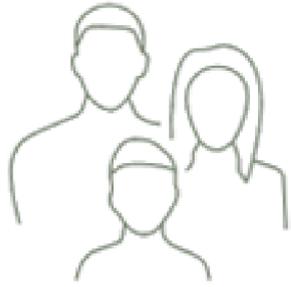
Grazie a politiche aziendali atte a perseguire obiettivi concreti in tema di governance, ambiente e società, Frankalza ha sempre riposto l'attenzione verso un percorso di crescita responsabile.

TIMELINE FRANKALZA



Un'azienda che ha saputo innovarsi e che ha fatto della sostenibilità una priorità.





FAMIGLIA

Tre generazioni in Azienda



SOSTENIBILITA' è DURABILITA':
La Continua ricerca di Efficienza



INNOVAZIONE

La tecnologia 4.0

I NOSTRI VALORI

Utilizziamo materie prime di alta qualità, tecnologia all'avanguardia e siamo presenti in ogni singolo reparto produttivo. Questo permette che l'attività del calzificio sia fluida e puntualmente monitorata in ogni sua fase, con una particolare attenzione al rispetto del territorio e dell'ambiente.

"La Crescita responsabile che da sempre contraddistingue il percorso di Frankalza può essere interpretata in diversi modi, ma in generale si riferisce all'approccio dell'azienda che mira a creare un futuro migliore per tutti, tenendo conto degli impatti economici, sociali e ambientali delle proprie azioni."

I pilastri chiave della crescita responsabile dell'azienda che hanno contraddistinto le sue scelte si possono riassumere in:

Equità:

Tutti dovrebbero avere le stesse opportunità di prosperare, indipendentemente dal loro background o dalla loro condizione sociale.

Sostenibilità:

Utilizzare le risorse del pianeta in modo responsabile, garantendo che siano disponibili anche per le generazioni future.

Protezione dell'ambiente:

Proteggere l'ambiente dai danni causati dall'attività umana.

Benessere sociale:

Creare una società in cui tutti possano vivere una vita sana e appagante.

Responsabilità d'impresa:

Operare in modo etico e sostenibile, tenendo conto degli impatti delle proprie attività sulle persone e sul pianeta.

MISSION

«Produrre calze di alta qualità Made in Italy, utilizzando esclusivamente fornitori italiani, garantire la salute e la sicurezza dei consumatori attraverso una filiera certificata e controllata»

La mission odierna di Frankalza Srl è quella di produrre calze di alta qualità Made in Italy, garantendo la salute e la sicurezza dei consumatori attraverso una filiera italiana certificata e controllata. Puntiamo su processi artigianali e materiali pregiati, collaborando con fornitori locali e mantenendo elevati standard di qualità, sicurezza e sostenibilità.

QUALITÀ MADE IN ITALY:

- **Eccellenza Artigianale:** Utilizzare tecniche di produzione artigianale italiane, combinando tradizione e innovazione per creare calze di altissima qualità.
- **Materiali Pregiati:** Selezionare solo i migliori materiali italiani, assicurando che ogni calza riflette l'eccellenza e la durata tipiche del Made in Italy.

FILIERA ITALIANA:

- **Fornitori Locali:** Collaborare esclusivamente con fornitori italiani che condividono i nostri standard elevati di qualità e sostenibilità.
- **Processi Controllati:** Monitorare attentamente ogni fase della produzione, dalla selezione delle materie prime alla consegna del prodotto finito, garantendo trasparenza e tracciabilità.

TRASPARENZA:

- **Fornire informazioni chiare e dettagliate** sui materiali e i processi di produzione, permettendo ai consumatori di fare scelte informate e consapevoli.

CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ E SICUREZZA:

- **Certificazioni Riconosciute:** Ottenere e mantenere certificazioni che attestino la conformità ai più alti standard di qualità e sicurezza, come OEKO-TEX®.
- **Test Rigorosi:** Effettuare test rigorosi sui prodotti per garantire che siano sicuri per i consumatori, privi di sostanze nocive e realizzati nel rispetto delle normative vigenti.

SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI:

- **Standard di Sicurezza:** Implementare standard di sicurezza elevati in ogni fase della produzione, assicurando che le calze siano sicure da indossare e non causino allergie o irritazioni.

SOSTENIBILITÀ:

- **Impatto Ambientale:** Ridurre l'impatto ambientale dei nostri processi produttivi, utilizzando tecnologie ecocompatibili e pratiche sostenibili.
- **Responsabilità Sociale:** Supportare le comunità locali e garantire condizioni di lavoro etiche e sicure per tutti i dipendenti e i collaboratori.

INNOVAZIONE DEL PRODOTTO

Materiali Sostenibili:

Utilizzare materiali ecocompatibili e tecnologie di produzione che riducano l'impatto ambientale, come filati riciclati e processi a basso consumo energetico

Qualità made in Italy:

Continuare a produrre calze di alta qualità utilizzando materiali pregiati e processi di produzione artigianali che riflettono la tradizione

ESPANSIONE GLOBALE

Mercati Internazionali:

Essere presenti in mercati chiave in tutto il mondo, con una forte rete di distribuzione commerciale.

Collaborazioni Strategiche:

Stringere partnership con altri brand e designer che condividano gli stessi nostri valori per creare collezioni esclusive e innovative..

SOSTENIBILITA'

Impegno Ecologico:

Adottare pratiche di produzione sostenibili e raggiungere la neutralità carbonica, impegnandosi per la riduzione delle emissioni di CO2 e l'uso di energie rinnovabili.

Responsabilità Sociale:

Sostenere iniziative sociali e comunitarie, assicurando condizioni di lavoro etiche e contribuendo al benessere delle comunità in cui operiamo.

ECCELLENZA OPERATIVA

Automazione e Tecnologia:

Integrare tecnologie avanzate come l'Industria 4.0 e l'intelligenza artificiale per migliorare l'efficienza produttiva e la qualità dei prodotti.

Formazione Continua:

Investire nella formazione dei dipendenti per mantenerli aggiornati sulle ultime tecnologie e pratiche del settore..

ESPERIENZA DEL CLIENTE

Customer Centricity:

Mettere il cliente al centro di ogni decisione aziendale, offrendo un servizio clienti eccellente e un'esperienza di acquisto senza soluzione di continuità.

Community Engagement:

Creare una comunità attiva e coinvolgente attraverso i social media e altre piattaforme digitali, dove i clienti possano condividere esperienze e feedback.

VISION

Diventare un leader internazionale nel settore delle calze, sinonimo di qualità, innovazione e sostenibilità, offrendo ai consumatori prodotti che uniscono tradizione artigianale e tecnologia avanzata, contribuendo al benessere della società e del pianeta

La mission odierna di Frankalza Srl è quella di produrre calze di alta qualità Made in Italy, garantendo la salute e la sicurezza dei consumatori attraverso una filiera italiana certificata e controllata. Puntiamo su processi artigianali e materiali pregiati, collaborando con fornitori locali e mantenendo elevati standard di qualità, sicurezza e sostenibilità.

Il marchio **Frankalza** è nato con l'obiettivo ambizioso di creare calze di alta qualità che siano accessibili a tutti. La nostra missione è rivolta a quella fetta di mercato che apprezza e cerca ancora il valore autentico del **made in Italy**, desiderando acquistare prodotti unici e confortevoli per il quotidiano.

Invece di optare per fantasie estrose e colori sgargianti, abbiamo scelto deliberatamente uno **stile minimalista**, essenziale e semplice che si adatta con versatilità a qualsiasi tipo di abbigliamento. Le nostre calze sono pensate per completare e valorizzare ogni look con eleganza, senza mai cercare di sostituire i capi principali.

La nostra sfida continua è quella di innovare costantemente, presentando ogni anno nuovi modelli che rispettino le nostre caratteristiche distintive di qualità e comfort. Preferiamo giocare con **filati e fibre pregiati** piuttosto che con design e fantasie troppo audaci, anche se naturalmente teniamo sempre conto delle tendenze e delle richieste dei nostri clienti.

Se dovessimo individuare un articolo iconico che incarna al meglio la filosofia del nostro brand, la nostra scelta ricadrebbe sull'**EGYPTIAN**: una calza a coste realizzata con cotone egiziano biologico compatto di altissima qualità. Questo filato unisce le eccellenti varietà GIZA, dando vita all'essenza autentica del cotone, che si manifesta nella sua consistenza morbida, setosa e unica al mondo. A prima vista, potrebbe sembrare una calza comune, ma è tutto tranne che ordinaria.

Questo è Frankalza: un'ode alla **tradizione artigianale italiana**, coniugata con un'impronta di modernità e raffinatezza, per offrire a ogni cliente un'esperienza di comfort e stile senza compromessi.

Con grande soddisfazione Frankalza comunica che Regione Lombardia ha premiato l'azienda con il riconoscimento "**QUALITÀ ARTIGIANA**" volto a promuovere il mantenimento e il rafforzamento della cultura, dei prodotti e dell'identità' artigiana del territorio lombardo.

Per Frankalza essere saldi alle proprie radici e valorizzare il lavoro artigiano significa perseguire i **valori** che hanno contraddistinto la fondazione dell'azienda.



IL BRAND

LA PRESENZA SUL MERCATO

La suddivisione del fatturato di Frankalza viene valutata sulla base di tre importanti categorie di mercato: **località** (Italia & Estero), **segmento demografico** (Uomo, Donna & Bambino), e **tipologia di prodotto** (Frankalza Brand & Private Label).

La maggior parte del fatturato di Frankalza è generata in **Italia**, fatturato che rappresenta il 67% delle vendite complessive. Il **mercato europeo** contribuisce al 20% del fatturato complessivo, mentre il restante 13% proviene da paesi al di fuori dell'Unione Europea. Distribuiamo il nostro marchio in mercati chiave, tra cui America, Canada, Australia e Regno Unito.

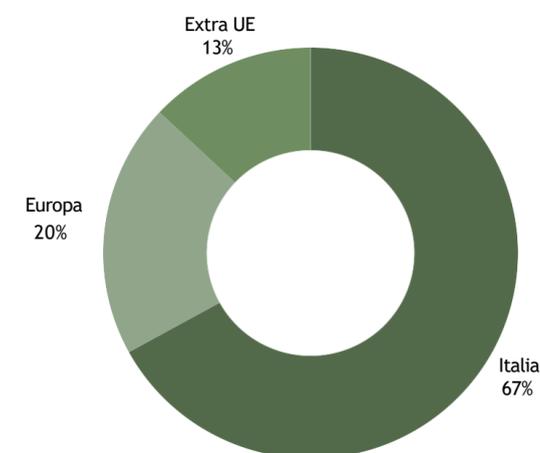
Come si può notare le vendite di Frankalza sono prevalentemente guidate dal **segmento femminile**, rappresentando il 55% del fatturato totale. Il segmento **bambino** contribuisce al 30% delle vendite, mentre il **segmento maschile** rappresenta il 15% delle entrate complessive.

Sul **fronte dei prodotti**, Frankalza ha una significativa presenza nel settore **Private Label**, che rappresenta il 77% del fatturato totale. Ciò indica che la maggior parte delle vendite di Frankalza è attribuibile alla produzione di calze per altri brand, che è l'attività principale del calzificio che nasce come azienda di produzione nel 1963.

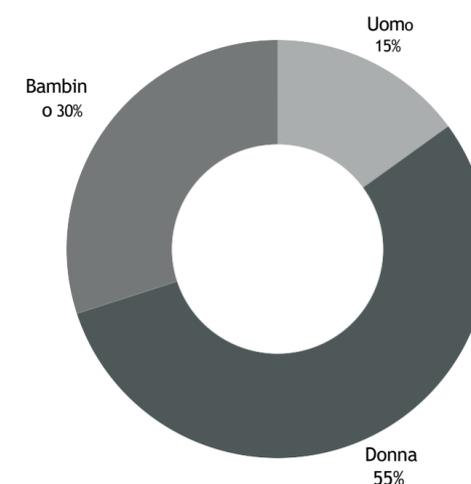
La nostra **collezione B2B** dedicata a distributori e rivenditori contribuisce al 20% delle entrate.

Inoltre, è importante notare che la nostra **collezione B2C** online, sebbene contribuisca solo al 3% del fatturato totale, è stata lanciata nel 2021 e ha ottenuto un ottimo riscontro dal mercato italiano in soli due anni di attività. Questo dimostra una **crescita promettente** e un potenziale di espansione nel settore del nostro brand diretto al consumatore.

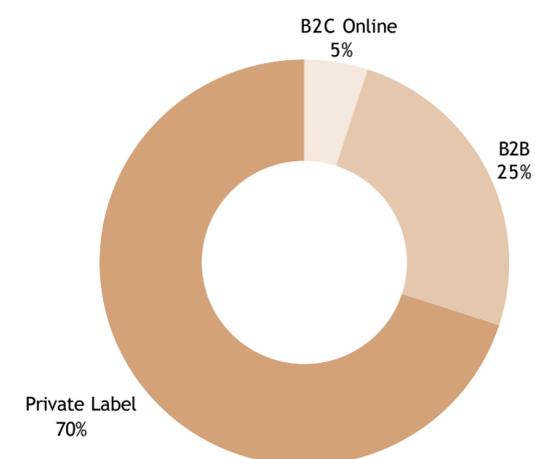
Questi dati riflettono la **diversificazione strategica** della struttura di vendita di Frankalza, con un'enfasi particolare sul mercato italiano e sui segmenti femminili e infantili, insieme a una forte presenza nel settore private label della produzione di calze.



RIPARTIZIONE PER GEOGRAFICA



RIPARTIZIONE PER SEGMENTO DEMOGRAFICO



FRANKALZA BRAND & PRIVATE LABEL

Rete di Vendita

Frankalza opera attraverso una rete di vendita integrata, che comprende un e-commerce robusto, vendite dirette tramite commerciali interni, procacciatori di affari all'estero e rivenditori in Italia. Offriamo un catalogo dedicato ai consumatori e collaboriamo con rivenditori selezionati per raggiungere una distribuzione efficace sul territorio nazionale.



Focus sull'Esperienza del Cliente

La soddisfazione del cliente è al centro di tutto ciò che facciamo. Oltre a offrire prodotti innovativi e di alta qualità, investiamo nell'esperienza complessiva del cliente. Dal servizio clienti personalizzato alla spedizione veloce, ci impegniamo a superare le aspettative dei nostri clienti ad ogni passo.

La ricerca continua di nuove soluzioni sostenibili

Frankalza si impegna a essere sempre un passo avanti nella moda. La nostra strategia si basa sull'innovazione progettuale e tecnologica, incorporando materiali sostenibili e nuove tecniche di produzione. Utilizziamo macchine di ultima generazione per creare accessori unici e collaboriamo con influencer e piccoli brand emergenti per presentare collezioni che rispettino il nostro pensiero e stile.



Frankalza si impegna a promuovere una cultura aziendale basata sull'etica, sull'integrità, sulla correttezza, oltre a perseguire il principio di assoluto rispetto delle leggi in vigore.

L'azienda disciplina la **condotta etica** delle proprie persone ed esprime i relativi impegni e responsabilità nei confronti degli altri soggetti interni ed esterni con cui si relaziona, al fine di sostenere una **crescita sostenibile ed inclusiva**; si adopera affinché i principi che da sempre contraddistinguono l'azienda siano condivisi dai rappresentanti, fornitori, partner commerciali e qualsiasi altro soggetto con cui intrattiene rapporti stabili d'affari; e non instaura né prosegue relazioni di business con chiunque si rifiuti di rispettarne i suoi principi e valori.

Da sempre l'azienda è impegnata nella **lotta alla corruzione**. In particolare pone e presta la sua attenzione al fine di prevenire possibili fenomeni di corruzione, identificando, prevenendo e gestendo il rischio che questi accadano, svolgendo un'attenta analisi dei processi.

Dimostrazione del suo **impegno** è il fatto che non si segnalano azioni legali, né in corso né durante il periodo compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2023, in materia di comportamento anticoncorrenziale. Ugualmente, non si segnalano violazioni delle normative antitrust o relative alle pratiche monopolistiche.

Gestione dei rischi

Frankalza è consapevole che, nello svolgimento delle proprie attività, è inevitabilmente esposta a rischi che potrebbero influenzare le proprie performance finanziarie, sociali e ambientali. Pertanto, al fine di salvaguardare la creazione di valore, l'azienda ha implementato **misure preventive** di varia natura, tra le quali un sistema di modelli di comportamento volti alla riduzione di tali rischi.

Riconoscendo l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione dei suoi affari e delle sue **attività aziendali**, attraverso il rispetto dei principi aziendali Frankalza individua in modo chiaro e trasparente l'insieme dei valori sui quali si fonda la sua attività ai fini del raggiungimento del successo e dello sviluppo attuale e futuro.

Conformità normativa

Frankalza, inoltre, si **impegna** nel perseguire una condotta d'impresa responsabile, applicando misure primarie per la **gestione del rischio** di reati e per garantire la corretta gestione della compliance normativa. Attraverso un sistema interno e supportata da consulenti esterni l'azienda si impegna a gestire correttamente tutto quanto riguarda la **compliance normativa**. Nel 2023 non si sono verificati casi di non conformità.

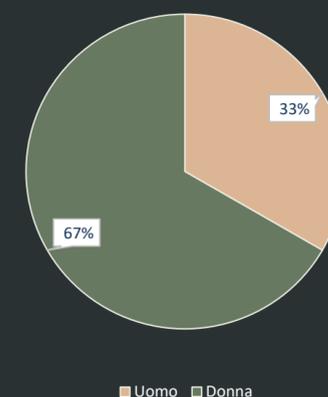
La Governance dell'azienda

Fondata sulla base di **forti valori familiari** che guidano ancor oggi il modo di fare impresa, la governance di Frankalza si contraddistingue nei valori tramandati negli anni dal nostro fondatore, valori che hanno caratterizzato, fin dalla nascita, la sua crescita ed il suo successo.

Grazie ad un adeguato **passaggio generazionale**, la governance dell'azienda mantiene ancor oggi saldi i valori familiari che la rappresentano e che restano il suo tratto distintivo.

Al **Consiglio di Amministrazione** è affidato il ruolo centrale di indirizzo strategico e decisionale di Frankalza, con lo scopo ultimo di perseguirne il **successo** e la **crescita** dell'azienda. Il consiglio di Amministrazione risulta composto da tre membri della famiglia Scarpari, la famiglia fondatrice.

Il Consiglio di Amministrazione esamina e approva la strategia, definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli **obiettivi strategici**, valuta l'adeguatezza del sistema di controllo interno, per il 67% il consiglio di Amministrazione di Frankalza è composto da Donne, tutti i componenti del consiglio risultano avere età anagrafica al di sopra dei 50 anni.



Conto Economico

2022

2023

VALORE ECONOMICO CREATO (Euro)

Ricavi netti dalle vendite - fatturato	2.794.460	2.694.774
Ricavi e proventi vari	121.977	96.846
variazione rimanenze	57.898	-26.425
Totale Valore economico generato	2.974.335	2.765.195
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO		
Remunerazione fornitori	2.122.789	1.881.970
Remunerazione dipendenti (Incluso Benefit)	418.582	442.170
Varie	124.515	132.954
Donazioni sociali	785	1890
Imposte e tasse	68.985	88.886
Totale Valore economico Distribuito	2.735.656	2.547.870

UTILE (PERDITA) CONSOLIDATI DELL'ESERCIZIO

21) Utile (perdita) consolidati dell'esercizio	238.679	217.325
--	---------	---------

Indicatori Finanziari

2022

2023

Profitto netto (utile o perdita di esercizio al netto delle imposte sul reddito)		
Cash Flow da attività operativa (flussi finanziari derivanti da attività operative)		
TOTALE ATTIVO	2.103.701	2.097.590
EBITDA	430.001	405.798
Investimenti capitalizzati	192.618	143.833

IL VALORE ECONOMICO CREATO

Il valore economico generato rappresenta la capacità di Frankalza di creare ricchezza per sé e per i propri Stakeholder. In termini assoluti, il valore economico generato è diminuito / aumento dell'X% rispetto allo scorso anno, in linea con la riduzione/ aumento del valore economico distribuito pari al X%. Il valore economico trattenuto, pertanto, è il risultato, calcolato per differenza, fra il valore economico generato e distribuito il quale, anche in questo caso, è in calo/aumento del X% rispetto al 2022.

Approccio alla fiscalità

Frankalza adotta un approccio alla fiscalità guidato dai **principi** sanciti di onestà, correttezza e di attenta osservanza di tutte le norme civilistiche, tributarie, contributive, doganali e fiscali applicabili di volta in volta al fine di promuovere un approccio collaborativo e trasparente nei confronti dell'Amministrazione Finanziaria e dei terzi col fine ultimo di ridurre al minimo ogni possibile rischio fiscale o reputazionale. L'azienda **opera in Italia** dove le regole chiare e rigide di fatturazione agli utenti e di contabilizzazione di ricavi e costi sono già definiti e controllati dall'autorità competente. Ciò consente quindi di conterminare i rischi fiscali che vengono ulteriormente ridotti da tutte le procedure e soluzioni informatiche adottate dalla Società per rispondere alle esigenze di **tracciabilità dei flussi finanziari** in entrata e uscita. Un adeguato assetto amministrativo contabile consente quindi una corretta gestione dei rischi fiscali, garantendo la tracciabilità delle attività e la corretta distinzione dei ruoli. Le decisioni fiscali cruciali prevedono sempre il supporto di un fiscalista esterno, infine, le informazioni fiscali sono soggette a revisione da parte del **consulente esterno** che supporta l'organizzazione per la convalida del bilancio.

LE PARTNERSHIP PER LO SVILUPPO

Frankalza è consapevole che l'impegno a livello associativo aiuti a promuovere e faccia da volano per nuovi modelli sostenibili. Dare il buon esempio e impegnarsi con azioni concrete è, infatti, un passo indispensabile per far crescere nella propria comunità di riferimento una sana e corretta consapevolezza attorno ai concetti di valore condiviso e transizione ecologica alla base di una più vasta concezione di sostenibilità.

Nella creazione di filiere sostenibili e nello sviluppo di modelli economici più sostenibili, secondo i principi del rispetto degli individui e dell'ambiente, Frankalza ha rafforzato il suo impegno a livello associativo.

Con tale intento, l'azienda mantiene da anni rapporti stabili con le realtà del territorio, aderendo a organizzazioni imprenditoriali e di settore italiane, tra le quali:

L'azienda ha sempre avuto un ruolo attivo con cariche provinciali e nazionali in **UNIONTESSILE CONFAPI BRESCIA** - Unione Nazionale Piccola e Media Industria Tessile, Abbigliamento, Calzature, Pelli e Cuoio e minori affini.

Dal 2020 al 2023 Simona Scarpari, membro del Consiglio di Amministrazione di Frankalza è stata presidente di **CONFAPI BRESCIA UNIONTESSILE** e attualmente ricopre la carica di **VICE PRESIDENTE AL NAZIONALE**.

Nei primi mesi del 2024 succede alla zia Simona la nipote Chiara Maria Mannarino, terza generazione di Frankalza, Chiara viene neo eletta presidente del gruppo **CONFAPI BRESCIA UNIONTESSILE**

Chiara è stata inoltre nominata dal 2023 anche come consigliere nel **GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI CONFAPI**.



Chiara Maria
Mannarino

**PRESIDENTE
UNIONTESSILE
CONFAPI BRESCIA**

**CONSIGLIERE
GRUPPO GIOVANI
IMPRENDITORI
CONFAPI BRESCIA**

Frankalza S.r.l

Simona
Scarpari

**EX-PRESIDENTE
UNIONTESSILE
CONFAPI BRESCIA**

**VICE PRESIDENTE
UNIONTESSILE
CONFAPI
NAZIONALE**

Frankalza S.r.l



CREDIAMO IN UN FUTURO SOSTENIBILE

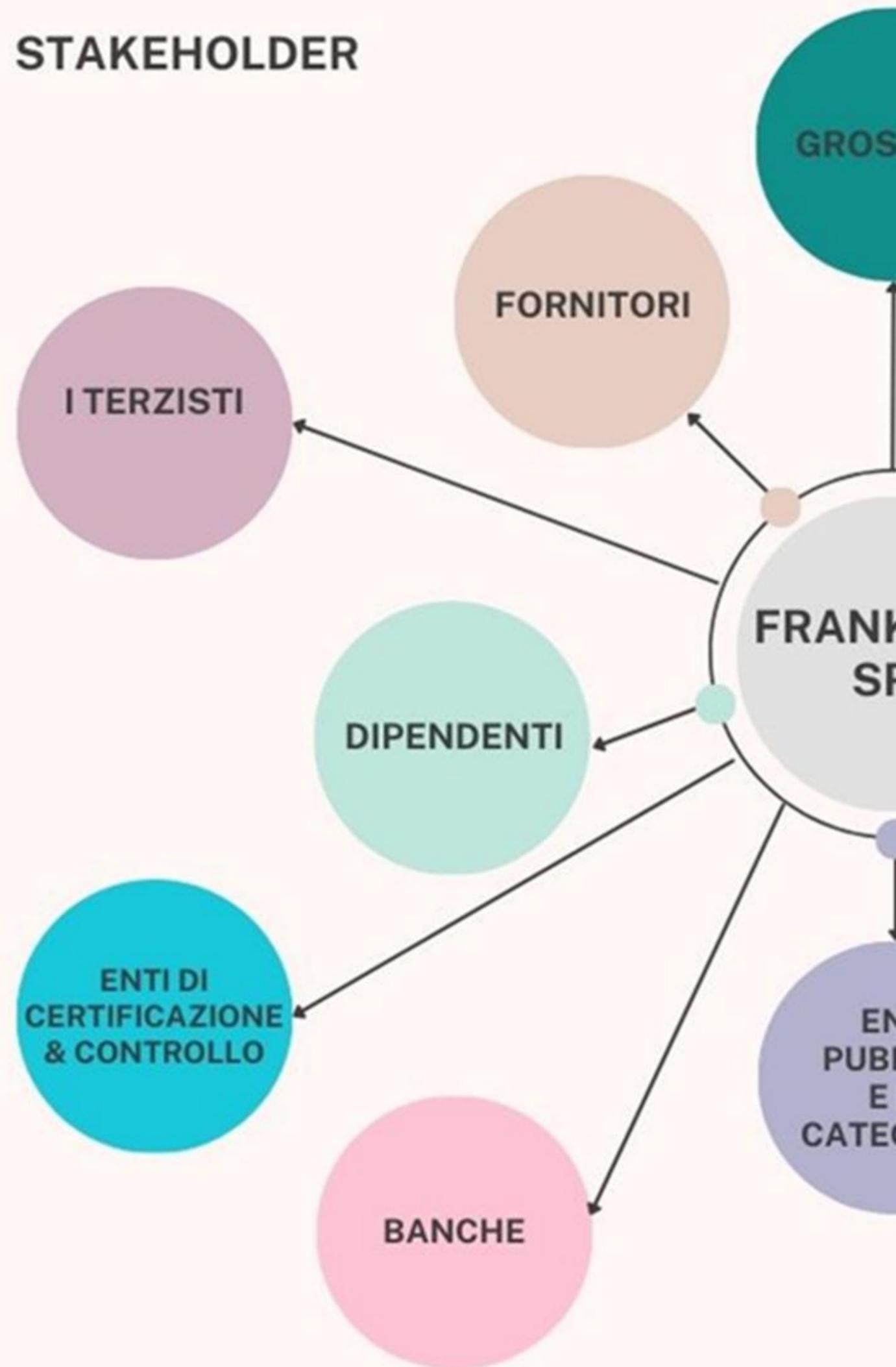
Il valore degli stakeholder

Frankalza è consapevole ed impegnata da sempre in un percorso rivolto alla creazione di valore sostenibile, condiviso con i diversi soggetti portatori di interesse. In questo contesto, l'azienda ritiene fondamentale un coinvolgimento delle categorie di Stakeholder che tenga conto delle loro specificità, per recepirne aspettative e istanze, al fine di attivare e perfezionare un circuito virtuoso di dialogo e confronto con i diversi attori.

Frankalza riconosce il valore della sostenibilità all'interno della propria strategia aziendale e formula proposte innovative per i propri stakeholder.

Abbiamo identificato e selezionato i nostri stakeholder sulla base della consapevolezza del proprio ruolo sociale e del forte radicamento territoriale, necessariamente connesso allo svolgimento delle attività aziendali, al fine di individuarne le aspettative e declinarle in obiettivi da raggiungere.

STAKEHOLDER





CREDIAMO IN UN FUTURO SOSTENIBILE

Interagiamo con gli **stakeholder** attraverso conversazioni aperte, a lungo termine e produttive, scambiandoci prospettive e idee, **imparando** gli uni dagli altri. Lo scopo delle nostre attività è coinvolgere i nostri stakeholder, in ogni fase della catena del valore, garantendo la massima **trasparenza e onestà**, condividendo informazioni accurate e tempestive. Sono stati identificati quali stakeholder **interni**: dipendenti, fornitori e terzisti; quali stakeholder **esterni**: clienti finali, comunità e territorio.

La **frequenza** del coinvolgimento per le diverse categorie di soggetti dipende dagli strumenti adottati, dalle **strategie aziendali**, oltre che, naturalmente, dalla necessità di ottemperare a eventuali prescrizioni legislative.

Di seguito viene rappresentata la mappatura degli Stakeholder

STAKEHOLDER MACROCATEGORIA	STAKEHOLDER SOTTOGRUPPO	MODALITA' DI COMUNICAZIONE	FREQUENZA	OBBIETTIVI	IMPEGNO
DIPENDENTI	-Impiegati -Operai	- Comunicazione interna - Formazione	- Periodica	-Programmazione del lavoro -Motivazione	-Retribuzione adeguata -Premi produzione - Condivisione del Codice di Comportamento Dipendenti e del Codice Etico
FORNITORI	-Aziende produttrici di filato	- Mail - Telefono	- Costante	-Forniture di prodotti adeguati a prezzi corretti -Condivisione del codice etico	-Rispetto dei diritti umani e degli standard qualitativi
TERZISTI	-Produttori terzi -Lavorazioni del prodotto	- Visite a terzisti - Telefonica	- Costante	-Lavorazione di un prodotto di qualità a prezzi corretti	- Rispetto dei diritti umani e degli standard qualitativi
CLIENTI	-Clienti online -Private label -Negozi e rivenditori -Grossisti	- Social network - Customer care - Newsletter - Mail	- Costante	soddisfazione/fidelizzazione -Risposta rapida alle richieste del mercato -Qualità del prodotto	-Soddisfazione del cliente -Sviluppo di nuovi prodotti
COMUNITA'	-Fondazioni/enti -Scuole -Istituzioni locali	-Partecipazione ad eventi	- Su richiesta	-Aiuto alla comunità	-Contribuire alla promozione e allo sviluppo della comunità -Distribuzione di borse di studio
SOCIAL MEDIA E SITO	-Followers	- Social network - Newsletter	- Giornaliera	-Aumentare la comunity	-Promuovere contenuti in linea con il brand
ENTI DI CERTIFICAZIONE E CONTROLLO	- Oeko-Tex - REX	- Mail - Audit	- Annuale	-Fornire prodotti certificati in ambito tessile e ambientale	-Testare i prodotti
ISTITUTI FINANZIARI	-Banche	- Mail - Telefonate	- Mensile	-Garantire una solita relazione con l'istituto di credito	-Garanzia della trasparenza
ENTI PUBBLICI E DI CATEGORIA	-Confapi	- Mail - Telefonate - Incontri	- Mensile	-Tutelare e sostenere la categoria di appartenenza	-Creare un rapporto di collaborazione e risoluzione di problemi per il settore

Le fasi che hanno contraddistinto questa analisi:

MATERIALITÀ D'IMPATTO

Un passo fondamentale del processo di analisi di materialità è rappresentato proprio dall'attività di coinvolgimento degli **Stakeholder**, ossia di quei soggetti o gruppi di interesse che sono influenzati, anche solo potenzialmente, dalle attività dell'azienda.

Per la realizzazione di questo primo bilancio l'azienda non ha coinvolto direttamente gli stakeholder esterni, ma si è limitata a valutare singolarmente gli **impatti - positivi e negativi**, attuali e potenziali - per ciascun tema ESG potenzialmente rilevante sulla base della relativa gravità/peso e probabilità di verificarsi. La direzione aziendale ha valutato i temi rilevanti.

ANALISI DEL CONTESTO INTENO ED ESTERNO

Il processo di identificazione degli impatti, rischi e opportunità ha preso avvio con un'analisi di contesto interna ed esterna.

In riferimento al **contesto interno**, sono stati analizzati documenti dell'azienda quali ad esempio progetti e procedure interne. Rispetto al **contesto esterno**, sono stati esaminati il settore di riferimento attraverso un'analisi ed attività di benchmark con le best practices di mercato, analizzando i relativi temi, impatti, rischi e opportunità considerabili applicabili per Frankalza.

Sulla base dell'attività di cui sopra, è stata identificata una lista di **temi ESG** potenzialmente materiali, a ciascuno dei quali sono stati associati, successivamente, sia gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali (**materialità d'impatto**) sia i rischi e le opportunità (**materialità finanziaria**) più rilevanti per Frankalza.

La materialità d'impatto

Per questo primo bilancio di sostenibilità 2023 Frankalza ha condotto, in conformità con i nuovi **GRI Standards 2021**, la sua prima analisi di **materialità**: processo che mira all'individuazione delle tematiche ESG rilevanti, dunque materiali per l'azienda.

Per la **realizzazione** della prima analisi di materialità, l'azienda ha preso in considerazione le linee guida Universal Standard GRI con un primo esercizio verso la doppia materialità, si rende noto che l'azienda non rientra nei parametri previsti dalla CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), in questo primo bilancio l'azienda riporta nel dettaglio **l'analisi della materialità d'impatto**.

Secondo quanto riportato dai GRI, un tema ESG è materiale quando soddisfa i **criteri** definiti per la materialità d'impatto: seguendo un approccio inside-out, Frankalza valuta la materialità considerando gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che possono riversarsi sugli **Stakeholders** e sull'ambiente in base alla gestione aziendale di una tematica ESG.

TEMI MATERIALI ED I NOSTRI GOAL

A fine 2015, l'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) ha lanciato su scala mondiale l' **Agenda 2030** sottoscritta da 193 paesi tra cui l'Italia. Si tratta di un piano d'azione per realizzare **17 Obiettivi** strategici di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals o SDGs), articolato in 169 target specifici, che coinvolgono le dimensioni sociali, economiche ed ambientali della sostenibilità. Ogni organizzazione è chiamata a fare la sua parte per contribuire al **raggiungimento degli obiettivi** su scala globale e locale. Per governi nazionali e locali, imprese, organizzazioni no-profit, l'Agenda 2030 costituisce già un quadro di riferimento che ispira ed indirizza **le politiche di sostenibilità** a tutti i livelli, attraverso azioni volontarie in attuazione dei 17 SDGs.

Frankalza ha preso la decisione di **contribuire** in maniera ancor più rilevante che in passato al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, allineando ancor di più il proprio modello di business ai **Sustainable Development Goals** (SDG).

ESG	TEMI RILEVANTI	GOAL di riferimento
TEMATICHE AMBIENTALI	CAMBIAMENTI CLIMATICI	 
	SVILUPPO SOSTENIBILI NUOVI PRODOTTI ECO	

ESG	TEMI RILEVANTI	GOAL di riferimento
TEMATICHE SOCIALI	BENESSERE DEI LAVORATORI	 
	SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	
	SUPPLY CHIAN RESPONSABILE	 
	COMUNITA'	 

ESG	TEMI RILEVANTI	GOAL di riferimento
TEMATICHE DI GOVERNANCE	SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	
	CRESCITA RESPONSABILE	

IMPATTI:

Ai fini di una maggiore completezza, si riporta di seguito la mappatura di alto livello degli impatti **positivi e negativi**, raggruppati per tema materiale e frutto dell'analisi di benchmark e delle **valutazioni interne**.

Ad oggi il ruolo di responsabilità di gestione degli impatti è in capo al Consiglio di Amministrazione.

TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DELL'IMPATTO
CAMBIAMENTI CLIMATICI	Aumento della concentrazione di CO2 nell'aria a causa dell'aumento dei consumi di energia	POTENZIALE 
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI	Mancato contributo all'innovazione delle performance ambientali di prodotto a causa dell'assenza di investimenti volti alla ricerca di nuovi metodi di produzione efficienti (eco-design).	POTENZIALE 
BENESSERE DEI LAVORATORI	Crescita professionale, miglioramento delle prestazioni e soddisfazione dei dipendenti grazie a programmi di formazione, meccanismi trasparenti ed equi che valorizzino le capacità professionali di ognuno	POSITIVO 
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Aumento di infortuni e malattie professionali dei lavoratori all'interno dell'azienda a causa della mancanza di procedure, azioni preventive e di una adeguata formazione	POTENZIALE 
SUPPLY CHIAN RESPONSABILE	Danni sociali, ambientali ed anche reputazioni causati dalla selezione di fornitori che non rispettano i diritti umani dei propri lavoratori e/o che non tutelano l'ambiente	POTENZIALE 
COMUNITA'	Contributo allo sviluppo socio economico delle comunità locali attraverso il sostegno di progetti locali, collaborazione con istituti scolastici sul territorio per la selezione o la formazione di figure all'interno della stessa comunità	POSITIVO 
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Peggioramento della qualità dei prodotti, insoddisfazione dei clienti a causa della mancata comprensione delle esigenze attuali e future dei clienti, tramite modalità di ingaggio ed ascolto dei feedback	POTENZIALE 
CRESCITA RESPONSABILE	Riduzione della fiducia da parte degli Stakeholder e della reputazione a causa di fenomeni di illecito, di anti-competitività e di mancata compliance alle normative e alla mancata integrazione di aspetti ESG nella strategia aziendale	POTENZIALE 

GLI OBIETTIVI FUTURI

È con piena **consapevolezza** nel perseguire il cammino della crescita responsabile e sostenibile che Frankalza proietta la sua attività verso il domani, avendo già chiari i prossimi **passi** da compiere, ma restando sempre vigile circa i cambiamenti e le impellenze del presente con l'obiettivo di mitigare e ridurre i suoi impatti.

In questa sezione trovano infatti collocazione gli **obiettivi** di Frankalza, attraverso i quali si propone di contribuire allo sviluppo di una comunità più **responsabile**, in cui ciascuno svolga il proprio ruolo sociale in modo consapevole, efficace e **sostenibile**. In relazione all'analisi degli impatti e alla loro significatività, l'azienda ha identificato degli obiettivi a breve e medio periodo.

TEMI RILEVANTI	RISCHI	OPPORTUNITA'	OBIETTIVI 2024- 2026
CAMBIAMENTI CLIMATICI	Mancato presidio dei consumi con conseguente aumento di utilizzo di energia, gestione non corretta della pianificazione delle commesse.	Diminuzione delle emissioni in atmosfera grazie all'uso del fotovoltaico. Gestione consapevole dei consumi. Sostituzione a fine vita dei macchinari con macchinari 4,0.	Riduzione del consumo energetico attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi. Sostituzione dei Macchinari: Pianificazione della sostituzione graduale dei macchinari obsoleti con macchinari 4.0 ad alta efficienza energetica.
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI	Perdita di clienti, perdita di fatturato. Mancata risposta alle richieste del mercato. Diminuzione della varietà dei prodotti.	Fidelizzazione del cliente, aumento del fatturato. Maggiore comprensione del mercato. Aumento della brand reputation, opportunità di apertura di nuovi contatti e nuovi mercati.	Produrre almeno 2/3 articoli con filati nuovi organici e certificati o di filiera controllata. Monitoraggio della durabilità dei prodotti, predisposizione di un sistema di monitoraggio specifico.

TEMI RILEVANTI	RISCHI	OPPORTUNITA'	OBIETTIVI 2024 -2026
BENESSERE DEI LAVORATORI	Aumento del tour over e insoddisfazione dei lavoratori. Mancato attaccamento al posto di lavoro con conseguente diminuzione delle performance professionali. Aumento dell'astensionismo con conseguente rallentamento delle produzioni con conseguenze economiche per l'azienda.	Buon clima aziendale e lavoratori stimolati a lavorare bene ed in continuità. Aumento dell'attrattività aziendale verso nuovi talenti e conseguente aumento della brand reputation.	Migliorare la comunicazione tra la direzione e i vari reparti Incentivare attività di team building anche fuori dall'azienda (per esempio aperitivo tra colleghi) Formazione continua: potenziare competenze e motivazione. Welfare aziendale: inserimento di benefit per i collaboratori
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Aumento del tasso d'infortuni, ripercussioni sulla salute dei lavoratori e conseguenze penali a carico all'azienda con conseguente calo della reputazione aziendale. Aumento dei giorni di malattia con conseguente ricaduta sulla pianificazione aziendale.	Lavoratori formati ed attenti alla loro salute e sicurezza. Diminuzione degli infortuni.	Pianificazione annuale dei corsi di formazione sulla sicurezza. Fornire dispositivi di protezione individuale (DPI) più confortevoli e ergonomici per incentivare l'uso quotidiano Implementare questionari di valutazione anonimi per raccogliere feedback sui corsi di sicurezza e sui DPI, e identificare aree di miglioramento
SUPPLY CHAIN RESPONSABILI	Problemi nella gestione della business continuity. Mancata reperibilità della materia prima. Problematiche legate alla discontinuità e uso di fornitori di non fidelizzati. Fornitori non conformi ai requisiti ESG.	Fidelizzazione del fornitore e continuità nella collaborazione. Maggiore disponibilità del fornitore a gestire le problematiche. Mancato presidio del rischio lungo la filiera.	Stabilire con i fornitori un canale di comunicazione diretto e immediato per la risoluzione dei problemi. Avvio di un progetto per la Valutazione dei fornitori secondo criteri di rischio e sostenibilità. Sviluppare un piano di mitigazione del rischio per affrontare eventuali interruzioni nella catena di fornitura.
COMUNITA'	Calo della reputazione aziendale sul territorio con conseguente difficoltà nel reperire lavoratori locali. Mancata accettazione sociale.	Aumento della credibilità e della visibilità con conseguente opportunità di dialogo sociale.	Stabilire partnership strategiche: collaborare con le principali associazioni locali per sostenere iniziative di interesse comune e con gli istituti scolastici per incentivare l'inserimento dei giovani in azienda. Organizzare eventi comunitari: pianificare e partecipare ad eventi locali per migliorare la presenza sul territorio e rafforzare il legame con la comunità.

TEMI RILEVANTI	RISCHI	OPPORTUNITA'	OBIETTIVI 2024-2026
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Perdita di fatturato, perdita di posizionamento sul mercato. Insoddisfazione del cliente.	Maggior attrattività di nuovi clienti, aumento delle commesse, aumento della brand reputation. Maggior contestualizzazione della qualità del prodotto in relazione al prezzo con conseguente aumento dei margini.	Migliorare il servizio clienti: implementare un sistema di supporto clienti efficiente e reattivo, garantendo risposte rapide e soluzioni efficaci ai problemi dei clienti. Raccogliere e analizzare feedback: stabilire un processo continuo di raccolta e analisi del feedback dei clienti per identificare aree di miglioramento e implementare cambiamenti basati su suggerimenti concreti. Fidelizzare i clienti: creare programmi di fidelizzazione e incentivare la ripetizione degli acquisti, premiando i clienti fedeli con offerte speciali, sconti esclusivi e servizi personalizzati.
CRESCITA RESPONSABILE	Mancato rispetto della normativa economica finanziaria con conseguente rischio di sanzioni economiche. Danni reputazionali e conseguente calo del fatturato.	Maggior disponibilità di spesa per investimenti per lo sviluppo aziendale con conseguenze positive anche verso la premialità aziendale.	Espansione geografica: Entrare in nuovi mercati. Collaborare con influencer che abbiano un seguito rilevante e in linea con i valori del brand. Sviluppare campagne di brand awareness con contenuti autentici e coinvolgenti, utilizzando gli influencer come ambasciatori del marchio. Valutazione puntuale dell'efficacia delle campagne attraverso metriche di engagement e reach, per ottimizzare le strategie future.

La **determinazione** degli obiettivi è stata guidata dall'intento di promuovere un **equilibrio** di obiettivi sociali, economici e ambientali.

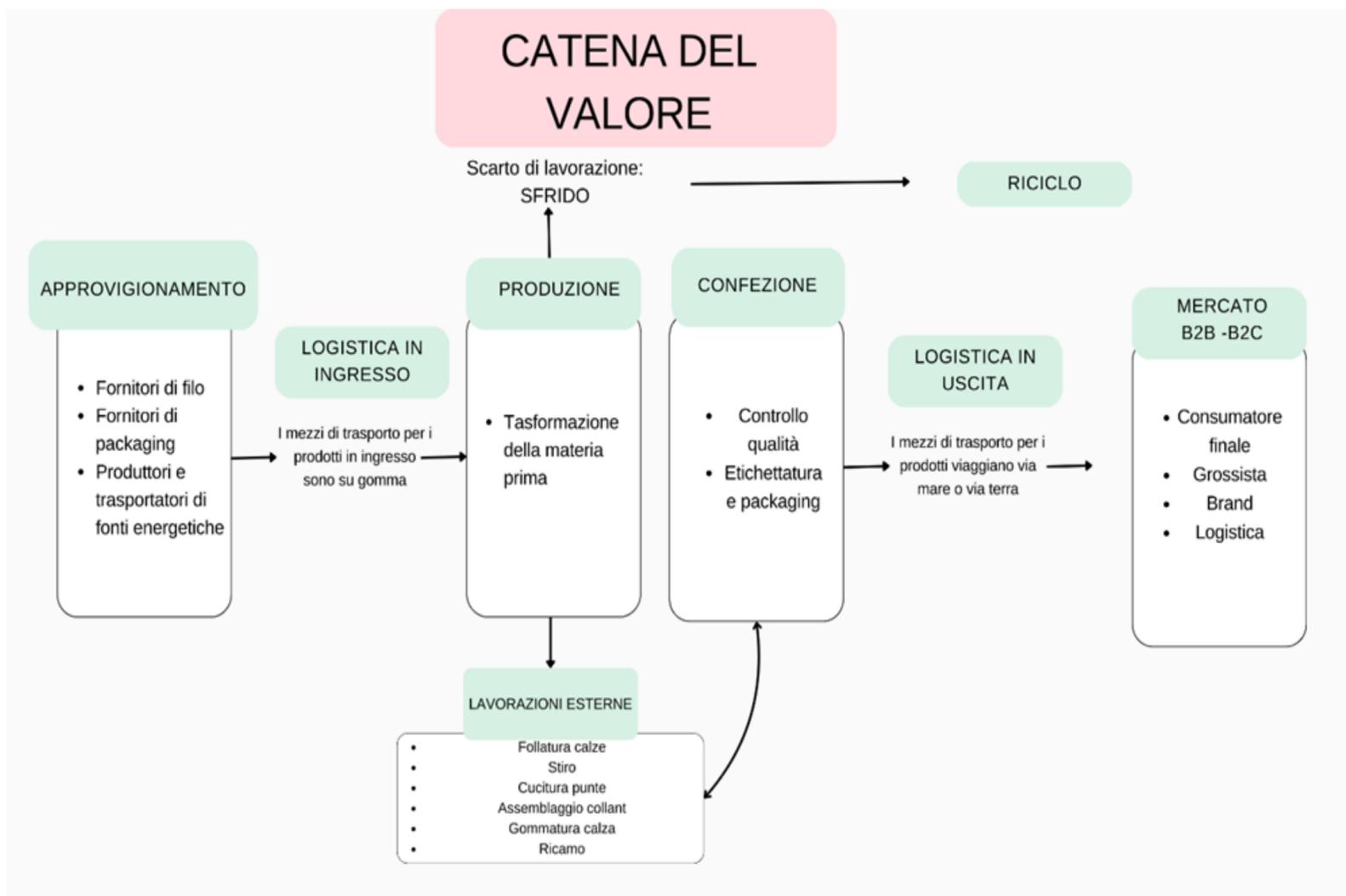
Questi primi obiettivi sono stati definiti in modo tale che si possano perseguire, integrati al business e applicabili dove possibile anche a tutti i tasselli della catena del valore dell'azienda stessa.

Di seguito gli **obiettivi prioritari** di Frankalza che sono emersi anche dall'analisi puntuale dei rischi e delle opportunità in relazione ai temi materiali:

L'analisi di materialità ha permesso a Frankalza di:

- Dotare il CDA di uno strumento di orientamento;
- Fornire informazioni utili alla definizione delle strategie aziendali e di sostenibilità;
- Valutare i temi ESG nella mappatura dei rischi.
- Determinare gli obiettivi una prima lista di impegni per sviluppo sostenibile e la crescita responsabile dell'azienda.

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE



Per **catena del valore** si intendono le **attività operative** svolte dall'azienda durante il processo di trasformazione delle materie prime in prodotti finiti. Questa teoria considera il modo in cui **beni e servizi** vengono forniti ai clienti e il modo in cui il valore si accumula lungo la serie di eventi che arrivano a quel cliente finale: il **valore è aggiunto in ogni fase**. Sono coinvolti nella catena del valore una serie di attori che lavorano insieme per **soddisfare le richieste** del mercato di prodotti o servizi specifici. Il **flusso di valore** è una sequenza di attività necessarie per progettare prodotti e fornire un bene o un servizio al mercato.

La catena del valore di Frankalza comincia dal sistema di **approvvigionamento dei filati** e del materiale utile al confezionamento delle calze, che consenta attraverso il grafico sotto riportato, di avere una visione completa dei **processi interni** e del ruolo importante svolto dai terzisti. La produzione interna, coadiuvata anche alle esternalizzate, contribuisce alla realizzazione di calze su misura in grado di soddisfare le specifiche richieste dei clienti. Il **rigoroso controllo** interno prima del confezionamento e della spedizione garantisce la massima qualità oltre che l'efficienza dell'azienda. La catena del valore di **Frankalza** coinvolge diverse aree, inclusi fornitori, terzisti, grossisti fino ad arrivare al consumatore finale.

Nella sua storia Frankalza ha sempre cercato di costruire con i propri clienti un **rapporto di fiducia**, basato su prodotti di alta qualità a prezzi accessibili, nella convinzione che l'obiettivo economico non possa prescindere da una grande attenzione agli **impatti** del nostro lavoro sul piano etico e ambientale, ma che faccia parte di un grande sistema che fa squadra. In base all'**analisi** della catena del valore e del suo modello di business Frankalza si è adoperata per identificare i **Diritti Umani** (lavorativi e non) direttamente legati ai rapporti con tutti i suoi **partners**, identificando così il suo impegno per il rispetto e la promozione di tutti i Diritti Umani internazionalmente riconosciuti.

Si riportano di seguito i Diritti Umani identificati dall'azienda:

- diritti delle minoranze e delle comunità;
- diritto alla privacy;
- diritto alla salute;
- diritto alla libertà di opinione, di informazione e di espressione;
- diritto alla sicurezza dell'individuo;
- contributo alla lotta alla corruzione;
- diritto all'ambiente e all'acqua.

LA NOSTRA FILIERA

Lo sviluppo di una catena di fornitura responsabile e sostenibile si colloca all'interno di una più ampia **visione aziendale** che valorizza e tutela attivamente la responsabilità sociale e ambientale, integrandole pienamente nelle linee guida strategiche.

I **fornitori**, sempre italiani, sono principalmente divisi in 2 categorie: quelli che forniscono **materie prime** come i filati e il packaging; e quelli che forniscono specifici **processi di lavorazione** della calza come ad esempio lavaggio, assemblaggio di collant, stiro, applicazione di strass o fiocchi e ricamo. Questi ultimi provengono tutti da città limitrofe alla nostra sede produttiva.

La scelta di fornitori della zona è stata fatta per **promuovere le attività presenti** sul territorio e ci permette di avere un rapporto e un contatto frequente. Frankalza si orienta verso aziende primarie nel settore di riferimento, dotate delle principali **certificazioni di qualità** (come ad esempio il certificato Oeko-Tex).

L'azienda si impegna nel migliorare la sua catena di fornitura in linea con i principi fondamentali di **promozione e protezione dei diritti umani**, tutela dell'ambiente ed etica del business. Il monitoraggio dei fornitori è un processo continuo che prevede il **dialogo** costante al fine di verificare periodicamente il rispetto dei requisiti indicati dai **contratti** di collaborazione lungo tutta la catena di fornitura.

Come si può vedere dal grafico l'azienda **predilige aziende del territorio** sia nella scelta dei fornitori sia in quella dei terzisti: il 95% dei terzisti si trova in provincia di Brescia unitamente al 70% dei fornitori primari di filato e packaging, garantendo così una produzione **100% Made in Italy** controllata e presidiata direttamente dall'azienda, oltre a una filiera a basso impatto ambientale relativamente ai trasporti.

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali TERZISTI (GRI 204-1)		
Area Geografica	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
Provincia di Brescia	95%	95%
Italia	5%	5%
Europa	0%	0%
Extra UE	0%	0%
Totale	100%	100%

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali FILATO E PACKAGING (GRI 204-1)		
Area Geografica	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
Provincia di Brescia	70%	70%
Italia	30%	30%
Europa	0%	0%
Extra UE	0%	0%
Totale	100%	100%

Frankalza ricerca una **collaborazione duratura e fidelizzata** con i fornitori e i terzisti, con lo scopo di realizzare un rapporto proficuo che condivida politiche di qualità e scelte etiche, prediligendo gli approvvigionamenti da **fornitori locali**, al fine di beneficiare di vantaggi logistici e generare indotto/opportunità di lavoro presso le comunità in cui opera.

La selezione dei nuovi fornitori e terzisti si basa su un **attento controllo** che prevede il rispetto di specifici standard di qualità ma anche il rispetto dei diritti umani e della salute/sicurezza dei lavoratori, nonché la **salvaguardia dell'ambiente**.



CURA E RESPONSABILITA' VERSO I CLIENTI

Uno dei punti di forza di Frankalza risiede nel **valore** che diamo all'aspetto umano delle relazioni con i **clienti**, sapendo che esso è la chiave per costruire una comunità destinata a durare.

Svolgendo l'intero processo produttivo all'interno della nostra azienda siamo in grado di fornire un prodotto **100% MADE IN ITALY** con un rapporto qualità-prezzo eccellente.

I nostri clienti hanno la possibilità di acquistare i prodotti direttamente dal nostro sito con una **vetrina digitale** sempre aggiornata attiva 24 ore su 24, 365 giorni l'anno o di contattarci per la realizzazione di prodotti **creati a doc** sulle loro richieste.

Il servizio di **customer care** è attivo con una mail dedicata, il personale dell'azienda si impegna a fornire **informazioni chiare** in breve tempo ed è in grado di interagire con i consumatori finali direttamente sulla propria pagina Instagram.

Nel processo di creazione della propria **collezione online**, Frankalza si impegna a realizzare calze con design di tendenza cercando di seguire le richieste del mercato e fa un'accurata ricerca di **filati** sempre nuovi e **sostenibili** come quelli bio-organici, rigenerati e certificati.

Per i prodotti sviluppati a doc sulle richieste del cliente, l'azienda realizza dei primi **prototipi** con diverse scelte di colore/filato che vengono modificati in base ai commenti fatti dal cliente sino alla realizzazione del **prodotto finale** privo di difetti.

Una volta ricevuto **l'ordine** o sviluppata la produzione è nostra premura ricontrollare e confezionare con cura ogni singolo articolo per fornire al cliente una **calza di qualità**.

SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI

In un mondo in cui la **qualità e l'affidabilità** dei prodotti che acquistiamo sono sempre più cruciali, la salute e la sicurezza dei consumatori devono essere prioritari. Frankalza ha sempre posto la massima **attenzione** su questi valori fondamentali. Quando scegliamo le calze per i nostri piccoli, la certezza della qualità e della sicurezza dei **materiali** diventa essenziale. Frankalza ha una lunga storia di eccellenza, avendo prodotto per molti **brand di prestigio** nel corso degli anni. Questa esperienza si riflette nel loro impegno costante a garantire la massima qualità e la sicurezza per i consumatori.

Frankalza si impegna ad adottare **standard elevati** nel processo di produzione delle sue calze. Questo impegno si traduce in un **rigoroso controllo** qualità e nella conformità ai più alti standard industriali. La certificazione **Oeko-Tex Standard 100** è solo uno dei passi che Frankalza ha intrapreso per dimostrare il suo impegno per la salute dei consumatori. La certificazione Oeko-Tex Standard 100 è un **riconoscimento prestigioso** nel settore tessile. Questo standard implica che i tessuti utilizzati nelle calze Frankalza sono stati testati e certificati per essere **privi di sostanze nocive** o potenzialmente dannose per la salute umana.

Ciò significa che le **calze** Frankalza non solo sono morbide e confortevoli per la pelle delicata dei bambini, ma sono anche sicure e **prive di rischi** per la salute. La salute dei nostri bambini è una responsabilità condivisa, e Frankalza prende questa responsabilità molto seriamente. Oltre a rispettare gli standard di qualità e sicurezza, Frankalza si impegna a rimanere all'avanguardia delle **tecnologie** e delle pratiche di produzione sostenibili. Questo approccio garantisce che ogni paio di calze non solo soddisfi gli elevati **standard** di oggi, ma sia anche all'altezza delle aspettative future in termini di salute, sicurezza e sostenibilità.

Scegliere le **calze Frankalza** non è solo una decisione di stile e comfort, ma è anche una scelta per la sicurezza e il benessere dai più grandi ai più piccini. Ogni prodotto Frankalza è il risultato di un **impegno** duraturo verso la qualità e la sicurezza. La stessa meticolosità e l'approccio scrupoloso alla **selezione dei materiali** e alla produzione sono applicati a ogni prodotto destinato agli adulti. Frankalza comprende **l'importanza** di garantire che ogni articolo che porta il suo marchio mantenga gli stessi standard elevati di qualità e sicurezza che i genitori si aspettano per i loro bambini.

Quindi, quando scegli un paio di **calze** Frankalza per te stesso o per i tuoi cari, puoi essere certo che stai acquistando non solo un **prodotto di alta qualità**, ma anche l'impegno costante di un marchio che si preoccupa genuinamente per la salute, la sicurezza e il **benessere** di tutti i suoi clienti, indipendentemente dall'età.



QUALITA' E AFFIDABILITA' OLTRE I CONFINI

BOX_Le Nostre Certificazioni

OEKOTEX - CETA - REX

Scegliamo materiali che considerano il delicato equilibrio tra sostenibilità, funzionalità e scopo, quali fibre organiche e biologiche certificate e packaging in materiali riciclati.

Oggi l'azienda, grazie ai diversi test a cui si è sottoposta, ha ottenuto la certificazione di prodotto Oeko-tex Standard 100 classe 1 e si sta sottoponendo a sempre nuove sfide e progetti legati alla sostenibilità. Siamo inoltre iscritti al registro CETA e REX, come esportatori autorizzati.



Oltre alla sua **reputazione consolidata** per la qualità e la sicurezza dei prodotti, Frankalza ha dimostrato un impegno tangibile verso gli standard internazionali diventando un esportatore autorizzato iscritto al registro **CETA** (Comprehensive Economic and Trade Agreement) e al sistema di registrazione delle esportazioni (REX).

Queste designazioni confermano l'adeguatezza **e l'affidabilità** di Frankalza come partner commerciale internazionale. Essere registrati come esportatori autorizzati implica che Frankalza è in grado di dimostrare la **conformità** delle sue calze e altri **prodotti** agli standard richiesti per il commercio internazionale.

Questo comprende il **rispetto delle normative** sulle importazioni e sulle esportazioni, nonché la qualità e la sicurezza dei prodotti destinati ai **mercati esteri**.

La partecipazione attiva di Frankalza a queste iniziative dimostra il suo **impegno** a soddisfare e superare le **aspettative** non solo dei consumatori locali, ma anche dei clienti globali.

Essere un esportatore autorizzato richiede una **gestione** efficace della **qualità**, dei processi di **produzione** e delle pratiche commerciali, elementi che sono parte integrante della **filosofia** aziendale di Frankalza.

« Frankalza è sinonimo di impegno verso la qualità senza compromessi, e questo impegno è riflesso in ogni filo, tessuto e cucitura di ogni prodotto che portano sul mercato. »

LA NOSTRA MATERIA

Le modalità di approvvigionamento dei **materiali** vengono definite durante le fasi di sviluppo della collezione: **l'ufficio stile** e prodotto selezionano i materiali da impiegare per le collezioni in base a considerazioni stilistiche, qualitative e produttive.

L'intero processo di **ideazione** delle collezioni avviene internamente ed in parte su specifiche definite dal cliente.

Si riporta che i principali **filati** che vengono utilizzati sono il cotone e la lana, ossia filati **naturali**.

Unitamente ai filati, i **componenti** di Packaging rappresentano per Frankalza una parte significativa degli acquisti.

Le forniture sono **sviluppate** cercando di evitare il più possibile incollaggi e assemblaggi non reversibili tra **materiali** diversi, favorendo la differenziazione e il **riciclo** anche al cliente.

Materiali utilizzati per unità di misura FILATI (GRI 301-1)B13

Materiali utilizzati	Unità di misura	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
FILATI NATURALI	Kg	28521.9	23483.59
FILATI ARTIFICIALI	Kg	965.77	355.39
FILATI SINTETICI	Kg	13132.64	17258.46
FILATI BIO - ORGANICI	Kg	8222.74	15544.26

Materiali utilizzati PACKAGING per unità di misura (GRI 301-1)

Materiali utilizzati	Unità di misura	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
PLASTICA (buste)	PZ	58000*	57200
PLASTICA(appendini per calzini)	PZ	310,000	200000
PLASTICA (FORMINE PIEDE)	PZ	9,100	12000
PLASTICA RICICLATA (buste)	Kg	515	897
PLASTICA RICICLATA (appendini per calzini)	PZ	160,000	290,000
ETICHETTE in carta FSC	PZ	127928	312947
ETICHETTE in carta	PZ	655887	424100
CARTONE	PZ	4,694	2796
CARTONE RICICLATO	PZ	300	1080

* Calcolo di stima in quanto una parte è stata acquistata in Kg 370

BRAND MARKETING

La strategia di marketing di Frankalza si basa sull'innovazione, sull'interconnessione con i consumatori e sull'impegno per la sostenibilità. In questo documento, esploreremo come Frankalza ha integrato queste componenti nella sua strategia di marketing per creare un impatto duraturo sul settore. Frankalza si impegna per la sostenibilità ambientale e sociale. Utilizziamo materiali riciclati e processi produttivi eco-compatibili. Comunicare questi valori ai consumatori è parte integrante della nostra strategia di marketing. Vogliamo che i nostri clienti sappiano che possono indossare i nostri prodotti con orgoglio, sapendo che stanno contribuendo a un futuro più verde.

Esperienza Immersiva per i Consumatori:

La connessione con i nostri **consumatori** è fondamentale. Attraverso una presenza digitale dinamica e coinvolgente, permettiamo ai clienti di **interagire** con il marchio in modo personale. Le nostre campagne sui **social media** sono autentiche e incentrate sull'interazione, creando così una comunità appassionata di fan.

Strategie di Social Media e Digital Marketing:

Frankalza sfrutta una **presenza** forte e strategica sui social media per raggiungere sia i **consumatori** finali (B2C) che i **partner commerciali** (B2B). Utilizziamo profili esistenti su Facebook, Instagram, LinkedIn e Pinterest per coinvolgere i nostri pubblici. In particolare, su **Instagram** con oltre 22K follower, adottiamo uno stile minimalista ed essenziale con 3 post settimanali e **storie** giornaliere, focalizzando su città chiave come Milano, Roma, Napoli, Brescia e Torino. Il nostro **pubblico** principale è composto da donne tra i 25 e i 34 anni (50%) e tra i 35 e i 44 anni (25%). Le nostre campagne su Facebook si concentrano esclusivamente sulla piattaforma Meta Business per le relazioni commerciali

Strumenti Digitali e Marketing:

Investiamo in **influencer** marketing con collaborazioni strategiche per aumentare la nostra visibilità. Utilizziamo la piattaforma **Meta Business** Suite per sponsorizzare post su Instagram e Facebook in modo mirato sia al consumatore finale che ai partner commerciali. Il nostro **sito web** è stato recentemente rinnovato nel 2023 per offrire un'esperienza di acquisto fluida e **coinvolgente**. Implementiamo inoltre strategie SEO e utilizziamo Google Ads (SEM) per migliorare la nostra presenza online e raggiungere nuovi clienti

Collaborazioni Strategiche e Partnerships:

Per aumentare la nostra visibilità e il nostro impatto, **collaboriamo** con influencer e partner che condividono i nostri **valori**. Queste collaborazioni ci consentono di ampliare la nostra portata e di raggiungere nuovi segmenti di **mercato**, consolidando nel contempo la nostra reputazione come **marchio** all'avanguardia.

La **strategia di marketing** di Frankalza riflette la nostra dedizione all'innovazione, alla connessione e alla sostenibilità. Siamo più di un piccolo **calzificio**; siamo un movimento che abbraccia il cambiamento e ispira gli altri a fare lo stesso. Guardiamo al futuro con **entusiasmo**, pronti a continuare a ridefinire i confini della **moda** e a creare un impatto positivo nel mondo.

Informativa di prodotto e privacy:

Frankalza si **interessa** con cura ai temi di etichettatura e delle informative relative alle calze, rispettando le **prescrizioni specifiche** al fine di adempiere correttamente agli **obblighi** normativi nazionali ed europei. Non sono mai stati registrati, nel corso degli anni, casi di non conformità con le normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed **etichettatura di prodotti**.

Frankalza adotta un sistema di sicurezza per la tutela della privacy basandosi su quanto enunciato dal **GDPR**. Ciò si traduce nell'utilizzo di un adeguato sistema di sicurezza basato su regolamentazione dei **comportamenti** dipendenti e controllo del personale interno ed esterno.

Tale sistema rappresenta quindi un valido **strumento** per contrastare: rischi relativi alla distruzione o perdita, anche accidentale, dei dati personali oggetto del **trattamento**; rischi relativi ad accessi non autorizzati; rischi relativi al trattamento non consentito o non conforme alle finalità della raccolta.

Non sono mai stati registrati casi di non conformità con le normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di **comunicazioni di marketing**, tra cui, promozione e sponsorizzazioni, unitamente non sono mai state ricevute denunce comprovate riguardanti le **violazioni della privacy** dei clienti, sia da parte di enti esterni sia da parte di enti regolatori.

L'IMPEGNO PER LE NOSTRE PERSONE

Frankalza considera le **persone** come il **cuore dell'azienda**. La Società si impegna a creare e mantenere un ambiente di lavoro sano, sicuro, **meritocratico**, stimolante e focalizzato sullo sviluppo delle competenze professionali. La **valorizzazione** delle diversità è una priorità, che garantisce a ciascun individuo l'opportunità di **esprimere** appieno le proprie capacità, potenzialità e **talento**.

L'azienda riconosce l'importanza di disporre di **persone qualificate** per affrontare con successo le sfide del mercato, basando la **collaborazione** su principi come trasparenza, lealtà e fiducia. Le attività di **gestione amministrativa** dei rapporti di lavoro e del presidio delle tematiche di salute e sicurezza sul lavoro sono **presidiate** da consulenti esterni. Per l'azienda la fidelizzazione ed il rapporto con i suoi **collaboratori** contraddistingue un punto di forza, l'azienda promuove solide collaborazioni durature nel **tempo**, infatti l'87% dei lavoratori è assunto con **contratto** a tempo **indeterminato**.

Si riporta nelle tabelle di seguito la ripartizione per genere dei lavoratori unitamente alle tipologie di contratto.

INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO (2-7)						
Dipendenti per tipo di contratto	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022			Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Persone tempo indeterminato	1	13	14	1	14	15
Persone tempo determinato	1	1	2	1	1	2
Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0
Totale	2	14	16	2	15	17

INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO (GRI 2-7)						
Dipendenti per tipo di contratto	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022			Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	1	13	14	2	14	16
Part-time	1	1	3	0	1	1
Totale	2	14	16	2	15	17

L'IMPEGNO PER LE NOSTRE PERSONE

Frankalza opera in completa **trasparenza** per quanto riguarda i rapporti di lavoro e la tutela dei diritti dei **lavoratori**, a prescindere dalle forme contrattuali presenti nei paesi in cui è attivo.

Vengono pertanto **applicate** le disposizioni previste dai **contratti nazionali** e dalle normative vigenti in Italia. La percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva **CCNL** è pari al 100%.

L'azienda infatti opera nel **rispetto** delle indicazioni **legislative**, previste dai contratti collettivi, anche in materia di periodo minimo di preavviso per i **cambiamenti operativi**.

Si riportano di seguito per gli anni 2022 -2023 i dettagli relativi al turnover aziendale.

NUOVE ASSUNZIONI (GRI 401-1)								
Assunzioni	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022				Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Impiegati								
di cui uomini	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui donne	0	0	0	0	0	1	0	1
Operai								
di cui uomini	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui donne	2	1	1	4	0	2	1	3
Tirocinanti								
di cui uomini	1	0	0	1	0	0	0	0
di cui donne	1	0	0	1	0	0	0	0

USCITE LAVORATORI (GRI 401-1)								
Assunzioni	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022				Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Impiegati								
di cui uomini	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui donne	0	0	0	0	0	0	0	0
Operai								
di cui uomini	1	1	0	2	0	0	0	0
di cui donne	1	0	1	2	0	0	2	2
Tirocinanti								
di cui uomini	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui donne	0	0	0	0	1	0	0	0

DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'

DIVERSITA' TRA I DIPENDENTI (GRI 405-1)

Categorie professionali	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022						
	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
DIRETTI							
di cui Impiegati	0	1	0	0	0	0	1
di cui Operai	0	3	1	3	1	5	13
di cui Tirocinanti / Stage Curriculare	1	1	0	0	0	0	2
INDIRETTI/SOMMINISTRATI							
di cui Impiegati	0	0	0	0	0	0	0
di cui Operai	0	0	0	0	0	0	0
Totale dipendenti diretti e indiretti	1	5	1	3	1	5	16
Categorie professionali	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023						
	<30 anni		30-50 anni		>50 anni		Totale
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	
DIRETTI							
di cui Impiegati	0	1	0	1	0	0	2
di cui Operai	0	3	0	5	1	5	14
di cui Tirocinanti / Stage Curriculare	1	0	0	0	0	0	1
INDIRETTI/SOMMINISTRATI							
di cui Impiegati	0	0	0	0	0	0	0
di cui Operai	0	0	0	0	0	0	0
Totale dipendenti diretti e indiretti	1	4	0	6	1	5	17

In Frankalza l'**uguaglianza** è definita come la volontà di garantire **pari opportunità** senza alcuna discriminazione basata sulle **opinioni** politiche, sindacali, religiose, in base alla razza, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute e in generale qualsiasi **caratteristica** intima della **persona** umana.

L'azienda si impegna a:

Assicurare un **ambiente di lavoro** improntato sulla lealtà, correttezza, collaborazione, **rispetto** reciproco e **fiducia**;

Offrire **condizioni di lavoro adeguate** dal punto di vista della **sicurezza** e della **salute**;

Intervenire in caso di atteggiamenti non conformi ai principi sopra esposti.

Al momento della rendicontazione non si segnalano **episodi di discriminazione** sulla base di razza, colore, genere, religione, opinione politica, nazionalità, origine sociale nonché **qualsiasi** altra **forma di discriminazione**.

POLITICHE RETRIBUTIVE

All'interno dell'organizzazione non esiste una policy formalizzata relativa alla retribuzione.

In generale Frankalza si impegna a:

Garantire un **salario adeguato** alle normative vigenti
Equalizzare la retribuzione nei singoli dipartimenti sulla base di livello, anzianità, **esperienza** e mansioni.

Il sistema di **remunerazione** viene definita sulla base degli approfondimenti svolti dalla **direzione**, sia in relazione alla best practice di mercato, sia confrontando i **trend** del mercato rispetto alle fasi di assunzione e di svolgimento del rapporto **lavorativo**.

Il divario di **stipendio** tra uomo e donna è un tema che si sta facendo sempre più cruciale e verso il quale si inizia a destinare la dovuta attenzione.

Nel corso degli anni, numerosi **studi** hanno dimostrato che le **economie** con una maggiore partecipazione delle donne al mercato del lavoro tendono a essere più **stabili** e resistenti alle crisi economiche.

Inoltre, **l'uguaglianza di genere** nel mercato del lavoro soprattutto in Frankalza favorisce l'innovazione. Un'ampia diversità di **prospettive** e competenze, derivante dalla partecipazione di uomini e donne, promuove la creatività e la capacità di **problem solving**.

Questo può portare a **nuove idee**, prodotti e servizi, stimolando la crescita economica e la competitività a livello globale. Si riporta di seguito il **rapporto** di retribuzione in Frankalza, come si può chiaramente notare dai dati la **retribuzione** risulta non avere mai un divario medio salariale del 5%.

Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini (GRI 405-2)

Salario base per qualifica	2022 (%)	2023 (%)
Impiegati	100	96,17
Operai	90,64	91,09
Tirocinanti	100	0
Retribuzione per qualifica - principio di cassa	2022 (%)	2023 (%)
Impiegati	100	96,17
Operai	79,95	91,2
Tirocinanti	100	0
Retribuzione per qualifica - principio di competenza	2022 (%)	2023 (%)
Impiegati	100	96,17
Operai	90,64	91,09
Tirocinanti	100	0



SVILUPPO E CRESCITA

Frankalza gestisce la ricerca e la selezione del **personale** attraverso un processo strutturato, partendo dalla definizione di un **budget** che identifica le necessità di inserimento.

Il processo include lo screening delle candidature e una serie di colloqui per la posizione ricercata.

Nel momento dell'inserimento, viene organizzato un **percorso di affiancamento** tecnico per la nuova risorsa, consentendole di familiarizzare con l'azienda.

Frankalza è consapevole che dedicare particolare **attenzione allo sviluppo** dei talenti, adottando politiche di gestione **del personale** efficaci e competitive le consentirà di poter essere **più attrattiva**.

La **formazione** riveste un ruolo fondamentale nel potenziamento delle **risorse umane**, contribuendo allo sviluppo e al **consolidamento** delle competenze individuali. Si riporta che l'azienda negli ultimi due anni si è **concentrata** principalmente sulla formazione sulla **salute e sicurezza** sul lavoro.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER QUALIFICA E GENERE (404-1)

Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022

Categorie professionali	Ore totali uomini	Ore totali donne	Ore totali formazione	Ore medie uomini	Ore medie donne	Ore medie totali
Impiegati	0	40	40	0	40	40
Operai	0	40	0	0	3,3	3,3
Tirocinanti	0	0	0	0	0	0
Totale	0	80	40	0	43,3	43,3

Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023

Categorie professionali	Ore totali uomini	Ore totali donne	Ore totali formazione	Ore medie uomini	Ore medie donne	Ore medie totali
Impiegati	0	20	20	0	10	10
Operai	0	0	0	0	0	0
Tirocinanti	0	0	0	0	0	0
Totale	0	20	20	0	10	10



LA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La salute e la sicurezza dei lavoratori sono **condizioni fondamentali** alle quali porre particolare attenzione mediante la prevenzione, la formazione e il monitoraggio continuo.

Frankalza esercita le sue attività consapevole della **massima attenzione** che deve essere posta in materia di **salute e sicurezza** del lavoro nei confronti del proprio personale e dei terzi, ponendosi come obiettivo il **costante miglioramento** delle proprie prestazioni.

Queste **figure** si confrontano per rilevare, **monitorare** e si incontrano in occasione della riunione periodica, come previsto dall'articolo 35 del D.Lgs. 81/08.

Per perseguire i propri **obiettivi** l'azienda ha costituito anche una squadra di emergenza addestrata al primo soccorso ed alle procedure antincendio.

Tutti i **dipendenti** e non dipendenti sono coperti da un **sistema interno** a tutela della salute e sicurezza, la cui **gestione** si basa su un manuale elaborato internamente **dall'RSPP esterno**. Il servizio di Prevenzione e Protezione interno collabora con il consulente esterno per assicurare la conformità della documentazione esistente alle **disposizioni legislative**, per realizzare interventi di adeguamento previsti nel programma lavori aziendali e per implementare il programma di miglioramento del sistema di gestione della sicurezza. Non sono previsti audit o certificazioni da una terza parte esterna.

La **valutazione dei rischi** per la salute e sicurezza dei lavoratori, inclusi quelli legati allo stress da lavoro correlato e alle differenze di genere, è dettagliata nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR).

Questo documento è soggetto a modifiche e integrazioni da parte del servizio Prevenzione e Protezione, in stretta collaborazione con **referenti aziendali** e **responsabili di reparto**, sulla base di quanto rilevato durante la valutazione dei rischi specifici e dall'analisi dei rischi per mansione per i **gruppi omogenei** di lavoratori. Le verifiche e gli aggiornamenti del DVR sono effettuati in risposta all'attuazione di misure programmatiche o ulteriori situazioni di rischio che **richiedono una valutazione**.

L'azienda è attenzionata a procedure di identificazione dei **pericoli**, analisi e valutazione dei rischi e all'attuazione delle necessarie misure di prevenzione e protezione (misure di controllo) tra cui l'attenzione all'uso corretto dei **dispositivi di sicurezza**.

Gli sforzi intrapresi dall'azienda per migliorare la sicurezza dei propri lavoratori hanno portato **frutti significativi**. Nell'arco degli ultimi anni, all'interno dell'azienda non si è verificato **nessun infortunio**.

La tabella che segue illustra il numero di decessi e i tassi di infortunio su base biennale (2022-2023).

Le figure che costituiscono il Servizio di Prevenzione e Protezione:

- il Responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP)
- un Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)
- un Medico competente
- due preposti

Valutazioni periodiche dei principali rischi a cui i lavoratori sono esposti:

- Rischio Rumore
- Rischio Incendio
- Rischi legati alle macchine

INFORTUNI SUL LAVORO (GRI 403-9)

Numero di decessi e tassi di infortuni	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
Ore lavorate totali	2.080	2.080
Infortuni gravi	0	0
Infortuni	0	0
Tasso* di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0
Tasso* di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	0	0
Tasso* di infortuni sul lavoro registrabili	0	0

* per tasso si intende il numero di eventi per milione di ore lavorate

LE COMUNITA' LOCALI

Frankalza considera da sempre la **tutela** la **valorizzazione** ed il **sostegno** ai bisognosi delle zone geografiche in cui opera come elemento fondante della sua **identità aziendale** che viene tramandato di generazione in generazione. Pertanto l'azienda risulta esser impegnata attivamente nel **sostegno** del proprio **territorio**.

Con lo spirito familiare che contraddistingue l'azienda viene mantenuto un forte **legame con il territorio** e la provincia nella quale l'azienda è inserita, sono infatti diverse le iniziative e le **associazioni sostenute** nel tempo.

Frankalza sostiene la comunità locale attraverso **donazioni** ad associazioni, ONLUS, cooperative sociali e centri di formazione professionale che operano negli ambiti della tutela della salute e della **ricerca sulle malattie**, del sostegno a categorie disagiate e dello **sport**.

Si riportano di seguito le principali associazioni ed enti che sono stati supportati negli ultimi anni:

- *PARROCCHIA SANTA MARIA ASSUNTA*
- *PROLOCO BOTTICINO*
- *FONDAZIONE CASA DI RIPOSO DI BOTTICINO*
- *COMUNE BOTTICINO BORSE DI STUDIO*



IL NOSTRO IMPEGNO PER LA TUTELA DELL' AMBIENTE

Il nostro calzificio ha fatto della **sostenibilità** e della tutela dell'ambiente una delle sue **priorità**: siamo impegnati nella ricerca di filati e **fibre organiche** e sostenibili per la produzione delle **nostre calze**, come il cotone biologico, la lana certificata GOTS ed altre fibre naturali.

In questo modo riduciamo l'impatto ambientale preservando le **risorse naturali** e garantendo al contempo una qualità superiore ai nostri prodotti.

Consapevoli dell'importanza di un approccio **eco-sostenibile**, crediamo sia possibile conciliare la qualità del prodotto con la tutela dell'ambiente ed il rispetto delle persone coinvolte nella produzione.

La **tutela dell'ambiente** è uno degli obiettivi fondamentali che Frankalza intende perseguire nel breve e nel medio-lungo periodo. L'impegno per l'ambiente si riflette nella modalità di **gestione** delle sue attività: l'azienda, da un lato, si attiene alle **normative nazionali** e, dall'altro, opta per scelte di prodotto e processo volte ad **ottimizzare** l'impatto sull'ecosistema.

Il **cambiamento climatico** rappresenta infatti oggi più che mai una delle sfide principali che richiede una risposta a livello collettivo, al fine di garantire il **benessere di tutti**, perseguendo uno sviluppo sostenibile e preservando il nostro pianeta per le generazioni future, per questo motivo Frankalza ha assunto un **impegno responsabile**, andando a delineare con questo bilancio l'avvio di un percorso di **sostenibilità**.

Le performance

Per evidenziare l'impegno ambientale di Frankalza o, di seguito sono riportate le **performance** relative all'ambiente, con particolare attenzione ai principali consumi derivanti dal funzionamento dei macchinari aziendali.

Frankalza si **impegna** quotidianamente in tutte le sue attività a:

- Adottare ogni approccio preventivo allo scopo di ridurre l'inquinamento;
- Ottimizzare i consumi delle risorse energetiche;
- Utilizzare energia elettrica da fonti rinnovabili;
- Garantire il rispetto della normativa vigente da parte di tutta l'organizzazione;
- Adottare, laddove se ne riscontri la necessità, le opportune azioni correttive/preventive;
- Diffondere all'interno della propria realtà aziendale una cultura volta alla sostenibilità e al rispetto ambientale.

INTENSITA' ENERGETICA

I principali consumi energetici dell'azienda derivano principalmente dall'uso dell'energia per il funzionamento dei macchinari, dal gas metano per il riscaldamento dei locali e dal consumo di carburanti che alimentano i mezzi aziendali.

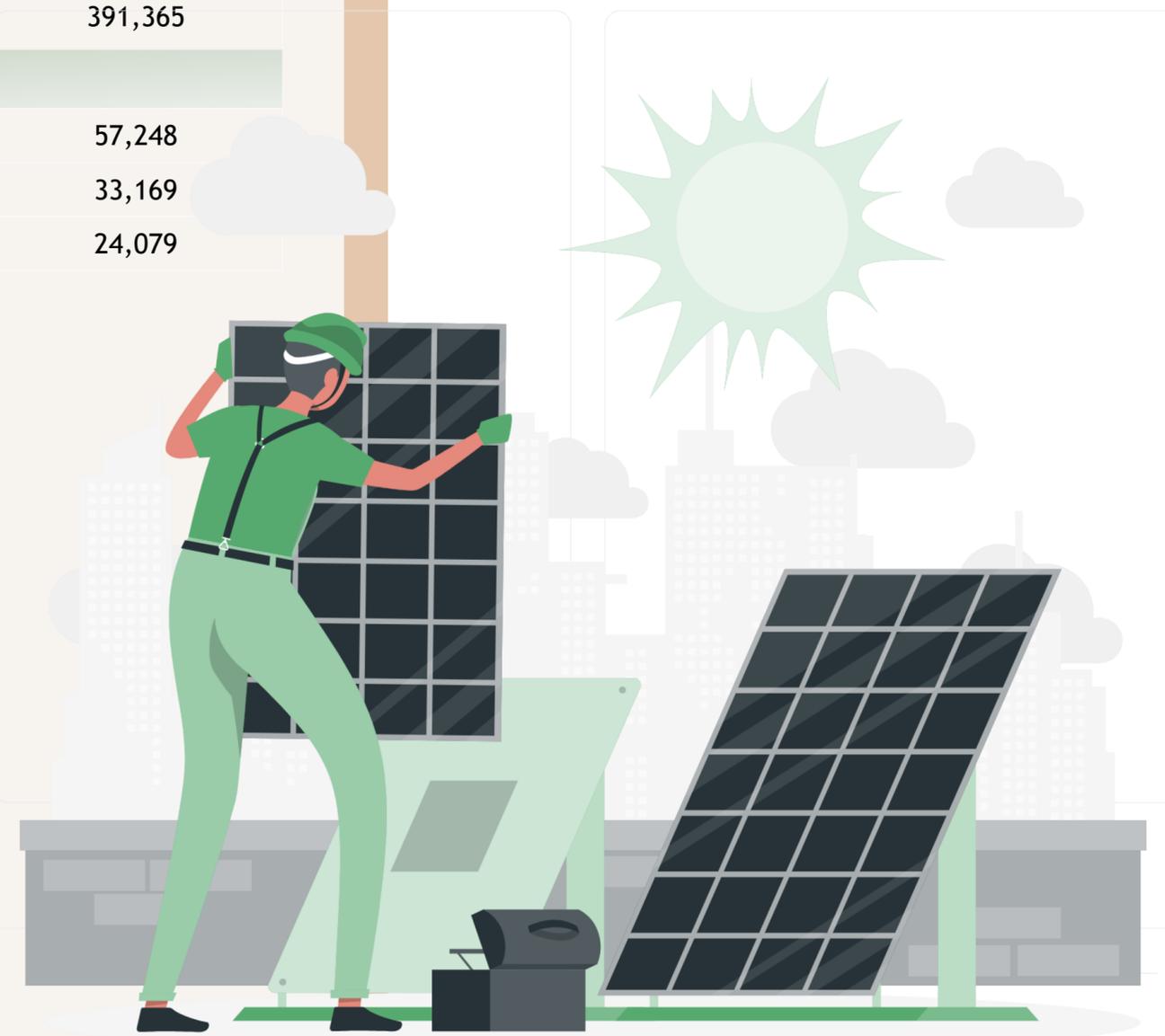
ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Consumo, acquisto e produzione di energia		Unità di misura	2022	2023
Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili				
Gas naturale		Smc	7,767	6,911
Consumo di carburante per la flotta				
Consumo di carburante per la flotta tradizionale	Benzina	Litri	1233	1274
	Diesel	Litri	2687	1735
Consumo di energia indiretta acquistata				
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	Kwh	472,873	391,365
Energia elettrica da fonti rinnovabili				
Solare Fotovoltaico	Autoprodotta	Kwh	0	57,248
	Consumata	Kwh	0	33,169
	ceduta alla rete	Kwh	0	24,079

LA TECNOLOGIA E' IMPORTANTE

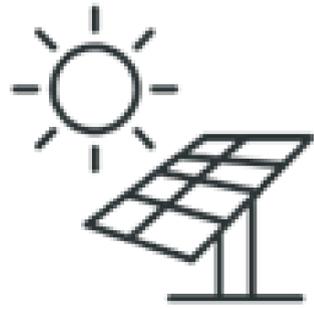
L'innovazione è uno dei **fattori fondamentali** per una azienda che vuole essere competitiva e allo stesso tempo **rispettare l'ambiente** in cui opera. L'utilizzo di impianti fotovoltaici e di nuovi **macchinari 4.0** sono solo alcuni esempi di come Frankalza si muove per contribuire alla costruzione di un mondo più **sostenibile** per le future generazioni.

Gli **impianti fotovoltaici** consentono di produrre energia pulita riducendo emissioni di CO2 ed impiego di fonti fossili, mentre l'adozione di nuovi macchinari 4.0 permette di **ottimizzare** i processi produttivi, ridurre gli sprechi e migliorare la **qualità del prodotto finale**.



ENERGIE RINNOVABILI

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITA'



L'utilizzo di impianti fotovoltaici, nuovi macchinari 4.0, materie prime certificate e packaging ecosostenibili sono solo alcuni esempi di come Frankalza contribuisce alla costruzione di un mondo più sostenibile per le future generazioni. Gli impianti fotovoltaici consentono di produrre energia pulita, riducendo le emissioni di CO2 e l'impiego di fonti fossili.



L'adozione di materie prime organiche e sostenibili, invece, contribuisce a preservare le risorse naturali e a ridurre l'impatto ambientale.



Il packaging ecosostenibile, realizzato con materiali biodegradabili e riciclabili, rappresenta una scelta responsabile e attenta alla tutela dell'ambiente, mentre l'adozione di nuovi macchinari 4.0 permette di ottimizzare i processi produttivi, ridurre gli sprechi e migliorare la qualità del prodotto finale.

INSTALLAZIONE DELL'IMPIANTO FOTVOLCAICO

IMPIANTO FOTVOLTAICO

installato nel 2023

entrata in esercizio 21.04.2023

in uso dal mese di Giugno 2023

potenza totale 105,41 kWp

installato sulla copertura dello stabile

Luglio - Dicembre 2023

Autoprodotta : 57.248 Kwh

ceduta 24.079 Kwh - 42%

autoconsumo 33.169 Kwh - 58%



REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



POR FESR 2014-2020 / INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ

INTERVENTO DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Beneficiario FRANKALZA SRL

Via G. Garibaldi, 9 – 25082 BOTTICINO (BS)

Iniziativa realizzata nell'ambito dell'Asse PRIORITARIO III – PROMUOVERE LA COMPETITIVITÀ DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Obiettivo INVESTIMENTI IN FAVORE DELLA CRESCITA E DELL'OCCUPAZIONE

Azione III. 3.c.1.1 - Aiuti per investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili, e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale

Descrizione progetto: Nella sede sopra citata verrà realizzato un intervento di efficientamento energetico che prevede la riduzione dei consumi energetici complessivi del sito produttivo misurati in TEP evitati attraverso:

-acquisto e installazione di macchinari e attrezzature in sostituzione dei macchinari e delle attrezzature in uso nel sito produttivo

-acquisto e installazione di impianti fotovoltaici per l'autoproduzione di energia

L'intervento di efficientamento energetico è volto a conseguire una riduzione dei consumi energetici espressi in TEP evitati da conseguire.

EMISSIONI IN ATMOSFERA

La produzione di **energia** da fonti fossili non rinnovabili è responsabile dell'immissione in atmosfera di gas serra e dei conseguenti **cambiamenti climatici**.

Per ottemperare all'impegno che il mondo delle imprese è chiamato a sostenere, contribuendo al raggiungimento del **Goal 13** dell'Agenda 2030, Frankalza con questo **primo bilancio** di sostenibilità, ha voluto effettuare una prima valutazione di stima delle **emissioni** generate direttamente dalle **proprie attività**, con l'obiettivo futuro nei prossimi anni di provare ad avere un modello di calcolo preciso e puntuale con il fine di poter determinare la una **strategia di mitigazione**.

Le emissioni sono principalmente **gas a effetto serra** (GHG), sostanze dannose per l'ozono (Ozone-Depleting Substances, ODS), ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre. Le **emissioni di GHG** ("Green House Gas") incidono in modo sostanziale sui cambiamenti climatici e sono disciplinate dalla **Convenzione quadro delle Nazioni Unite** sui cambiamenti climatici e dal successivo Protocollo di Kyoto.

Il GHG Protocol ha così classificato le emissioni di GHG:

- **Scope 1**: include le emissioni dirette di GHG dovute al consumo diretto di carburanti;
- **Scope 2**: include le emissioni indirette di GHG dovute a consumi energetici da rete di distribuzione elettrica nazionale;

L'impegno dell'**azienda** verso la riduzione delle sue emissioni in atmosfera, trova grazie all'installazione nel corso del 2023 **dell'impianto fotovoltaico** una riduzione dei valori delle emissioni di Scope2 che nel corso dei prossimi anni sarà misurabile tenendo conto di parametri annuali.

L'azienda ha realizzato per questo bilancio una valutazione di stima delle emissioni come da Scope 1 e Scope 2 relative agli Anni-2022-2023.

Si riportano di seguito i dati di stima calcolati dai principali consumi interni:

ANNO	UDM	GAS NATURALE	GASOLIO	BENZINA	ENERGIA ELETTRICA	TOTALE
2022	TON CO ₂ eq	16,04	9,71	4,72	187,09	217,57
2023	TON CO ₂ eq	14,27	6,27	4,88	154,85	180,27

Anno	SCOPE 1	SCOPE 2
2022	30,47	187,09
2023	25,42	154,85

Alcune considerazioni relative al calcolo riportato in questo documento sopra riportato, che nei prossimi anni sarà oggetto di un calcolo più preciso.

- Per i poteri calorifici è stata usata la tabella dei parametri standard nazionali invece della banca dati DEFRA, in quanto più idonea considerata la locazione su territorio nazionale;
- Per il calcolo delle emissioni di CO₂ è stato valutato il market place con una logica gate-to-gate, così da considerare l'impatto pari a zero derivante all'uso di energia verde.

La tabella illustra i rifiuti generati dalla nostra azienda nel biennio 2022-2023:

Rifiuti generati nel corso dell'anno (Ton) - (GRI 306-2)		
Tipologia di rifiuto	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
Totale rifiuti prodotti	10,5	8,7
di cui pericolosi	0	0
% pericolosi	0,00%	0,00%
di cui non pericolosi	10,5	8,7
% non pericolosi	100,00%	100,00%
Totale rifiuti destinati a recupero	10,50	8,70
% destinati a recupero	100,00%	100,00%
Totale rifiuti destinati a smaltimento	0,00	0,00
% destinati a smaltimento	0,00%	0,00%
Totale rifiuti non pericolosi	10,5	8,7
% rifiuti non pericolosi destinati a recupero	100,00%	100,00%
% rifiuti non pericolosi destinati a smaltimento	0,00%	0,00%
Totale rifiuti pericolosi	0,00	0,00
% rifiuti pericolosi destinati a recupero	0,00%	0,00%
% rifiuti pericolosi destinati a smaltimento	0,00%	0,00%

Si riportano comunque i dati di stima relativi ai consumi di acqua dell'azienda.

Prelievi idrici per fonte (MI)		
Luogo di prelievo	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022	Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023
Fonte	Acqua dolce	Acqua dolce
Acque sotterranee (tutte le aree)	0	0
Acque sotterranee (aree con stress idrico)	0	0
Pozzo	0	0
Acquedotto	0,36	0,41
Totale	0,36	0,41

GESTIONE DEI RIFIUTI

Si definisce “**economia lineare**” l’economia di mercato che ha contrassegnato gli ultimi 150 anni di storia industriale, basata **sull'estrazione di materie prime**, sul consumo di massa e sulla produzione di scarti che, a fine ciclo, **non** vengono **riciclati**. L’economia **circolare** propone invece un modello produttivo capace di risparmiare risorse e **dare nuova vita** a quelle impiegate, in virtù della riduzione delle risorse utilizzate e dei **rifiuti** generati, del riutilizzo dei beni e del **riciclo dei materiali**.

Frankalza si adopera per **ridurre** al minimo la produzione di **rifiuti**, cercando di tendere da sempre a un **modello** produttivo di tipo **circolare**. L’azienda pratica un’importante politica di gestione dei **rifiuti**, privilegiando il **riutilizzo** con l’obiettivo di **minimizzare** la percentuale dei rifiuti destinati allo **smaltimento**.

L’impegno per un’economia più circolare

L’azienda Frankalza si impegna nel **riciclaggio dei coni** di carta **derivanti** dall’utilizzo di **rocche** di filato.

Una volta terminato il filato che avvolge il cono in cartone, esso viene **depositato** in appositi **contenitori** che una **ditta specializzata** ritira presso la nostra sede 2 volte al mese.

Una volta ritirati i coni, l’azienda preposta e specializzata al recupero, si impegna nel **controllo e nel recupero** di essi, facendo una suddivisione tra coni buoni che verranno poi nuovamente **venduti alle filature** per essere riutilizzati e coni scarto, che vengono mandati al macero per creare **nuovo cartone riciclato**.

Consumi di acqua

L’**acqua** per l’azienda non risulta essere un tema materiale in quanto viene utilizzata da **Frankalza** solo esclusivamente per **usi non industriali**, ma civili.

NOTA METODOLOGICA

Il primo **Bilancio di Sostenibilità** di Frankalza è rivolto a tutti gli **stakeholders**, vuole offrire una prima **rappresentazione** equilibrata e ragionevole dell'approccio di Frankalza al tema **della sostenibilità**, tenendo conto sia degli **impatti positivi**, quanto di quelli negativi generati. Il presente bilancio rendiconta le **performance** ambientali, sociali ed economiche di **Frankalza srl**.

Criteria di reporting, standard e obiettivi

Abbiamo definito i **contenuti** di questo Bilancio di Sostenibilità in conformità a quanto previsto dai **GRI Standard**, sulla base dei seguenti **principi di reporting**:

- Inclusività degli stakeholder interni;
- Contesto di sostenibilità;
- Materialità;
- Completezza.

Questo Bilancio è stato **redatto** sulla base dei **Sustainability Reporting Standards** pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI) tenendo conto dei **nuovi GRI 1, 2, 3** entrati in vigore il 01 Gennaio del 2023. Tutti gli indicatori GRI rendicontati fanno **riferimento** a questa versione, eccezione fatta per gli **indicatori 303 e 403**, che fanno riferimento a quella del 2018, e per l'indicatore 306, che fa riferimento alla **versione del 2020**.

Il **bilancio** di sostenibilità di Frankalza vuole essere un primo lavoro di avvicinamento ad un **processo di rendicontazione** più strutturato. Il documento è stato redatto in accordo ai GRI nella modalità "With Reference" è stato redatto con l'intento di **perseguire** nel tempo continui **miglioramenti** a riguardo.

Il presente bilancio è stato **approvato dal CDA** e rappresenta lo strumento atto a rendicontare le performance dell'azienda verso i criteri ESG (Environmental, Social and Governance) e a guidare la **determinazione** dei prossimi **obiettivi dell'azienda**.

I dati in esso riportati sono aggiornati al 31-12.2023 e sono messi in correlazione e a confronto con il 2022.

Processo di rendicontazione e periodo analizzato

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Frankalza:

È il risultato del processo interno di **raccolta dati** condiviso tra le principali funzioni aziendali;

È stato supervisionato e approvato dal **Consiglio di Amministrazione**.

Il documento sarà **diffuso** sia all'interno che all'esterno dell'azienda, al fine di **comunicare** ai dipendenti e agli stakeholder le iniziative tese a conseguire gli obiettivi di maggiore **efficienza e sostenibilità**.

Perimetro

Si riporta di seguito il **perimetro di rendicontazione** e la loro relazione tra le tematiche materiali, i GRI identificati.

Tematiche materiali	GRI Standards	Perimetro
CAMBIAMENTI CLIMATICI	GRI 302-1	Frankalza
	GRI 305-1	
	GRI 305-2	
	GRI 306-3	
	GRI 306-4	
	GRI 306-5	
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI ECO SOSTENIBILI	GRI 301-1	Frankalza
BENESSERE DEI LAVORATORI	GRI 401-1	Frankalza
	GRI 404-1	
	GRI 405-1	
	GRI 406-1	
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	403 -9	Frankalza
SUPPLY CHIAN RESPONSABILE	204-1	Frankalza
COMUNITA'	KPI extra GRI: donazioni economiche	Frankalza
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	GRI 416-2	Frankalza
CRESCITA RESPONSABILE	201-1	Frankalza
	205-1	
	418-1	

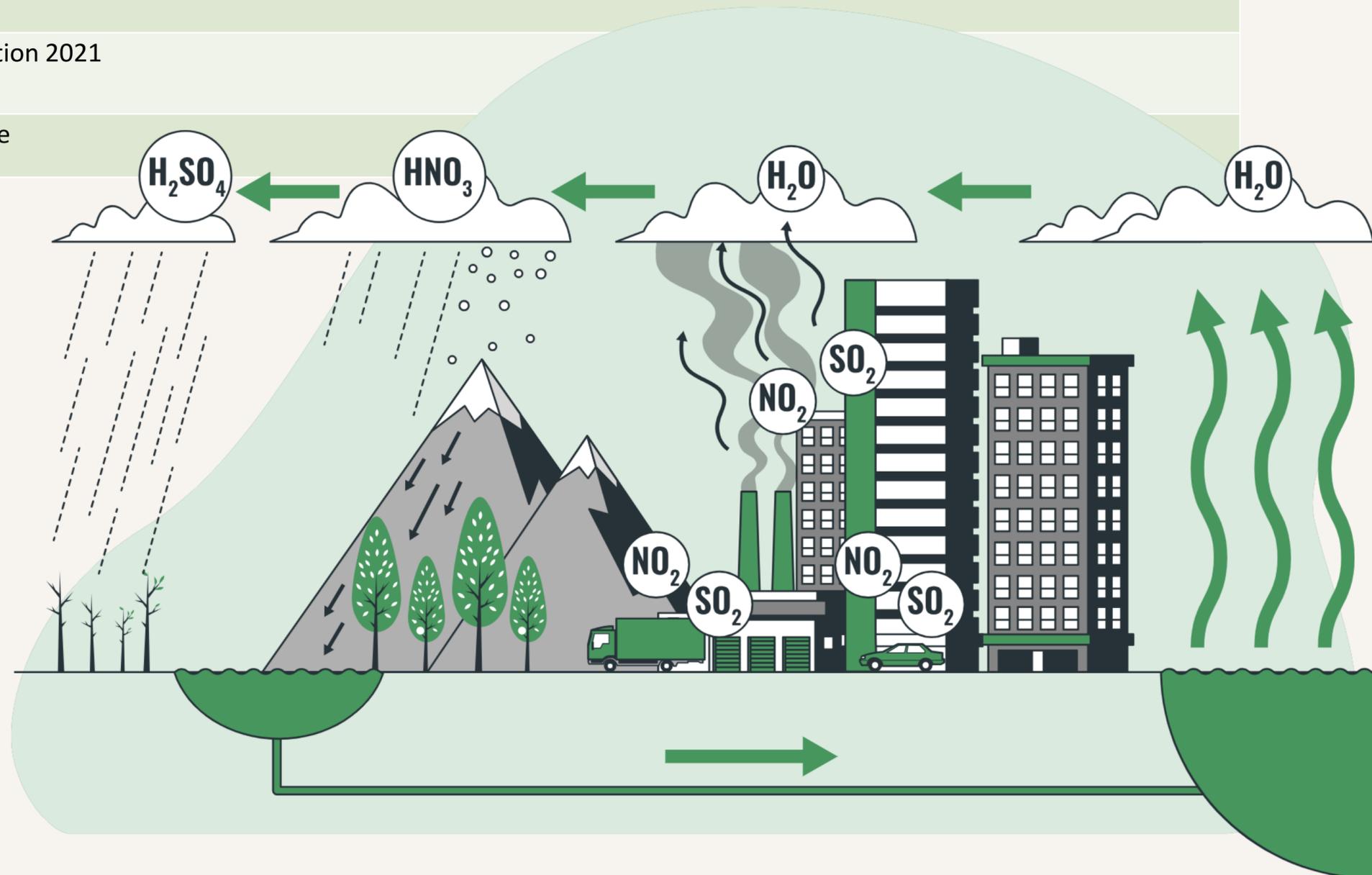
Per garantire l'**attendibilità dei dati** è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono **opportunamente segnalate** e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

GRI CONTENT INDEX

Nella tabella che segue sono riportati gli indicatori GRI oggetto di rendicontazione nel presente Bilancio di Sostenibilità.

In corrispondenza di ogni indicatore è segnalato il riferimento al capitolo o alla sezione oppure, ove il dato o l'informazione non siano contenuti nel testo, la descrizione dell'indicatore stesso.

GRI STANDARD	INFORMATIVA
Dichiarazione di utilizzo	Frankalza ha rendicontato le informazioni citate in questo Indice dei Contenuti per il periodo 2022-2023 con riferimento ai GRI Standards.
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021
GRI Sector Standard	Non applicabile



GRI STANDARD	INFORMATIVA	UBICAZIONE	NOTE E OMISSIONI
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettaglio dell'organizzazione	1_FRANKALZA: CALZE DAL 1963	
	2-2 Soggetti inclusi nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	NOTA METODOLOGICA	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	NOTA METODOLOGICA	
	2-4 Revisione delle informazioni	N/A	Il presente bilancio è il primo documento pubblicato da Frankalza.
	2-5 Assurance esterna	N/A	Il presente bilancio non è stato oggetto di verifica di Assurance.
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	LA PRESENZA SUL MERCATO	
	2-7 Dipendenti	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
	2-9 Struttura della governance e composizione	La Governance dell'azienda	
	2-10 Nomina e selezione del più alto organo di governo	La Governance dell'azienda	
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	La Governance dell'azienda	
	2-12 Ruolo del più alto organo di governance nella supervisione della gestione degli impatti	La Governance dell'azienda	
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	La Governance dell'azienda	
	2-14 Ruolo del più alto organo di governance nel Reporting di Sostenibilità	NOTA METODOLOGICA	
	2-15 Conflitti di interessi	La Governance dell'azienda	Non sussistono conflitti d'interesse
	2-16 Comunicazione sulle criticità		
	2-17 Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	La Governance dell'azienda	
	2-18 Valutazione delle prestazioni del più alto organo di governo	N/A	
	2-19 Politiche retributive	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
	2-20 Processo di determinazione della retribuzione	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
	2-21 Rapporto di remunerazione totale annuo	Non rendicontato	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	LETTERA AGLI STAKEHOLDER	
	2-23 Impegno in termini di Policy	Il Modello di business e la creazione di valore	
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di Policy	Il Modello di business e la creazione di valore	
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Gli obiettivi futuri	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	N/A	
	2-27 Conformità a leggi e a regolamenti	La Governance dell'azienda	
	2-28 Adesioni ad associazioni	La Governance dell'azienda	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Il valore degli stakeholder	
	2-30 Contratti collettivi di lavoro	4_IL VALORE DELLE PERSONE	

GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo per determinare i temi materiali	L'analisi della materialita' d'impatto	
	3-2 Elenco dei temi materiali	Temi materiali ed i nostri Goal	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Temi materiali ed i nostri Goal	
GRI 201: Temi economici 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	La Governance dell'azienda	
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	La filiera	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	La Governance dell'azienda	Nel corso del 2023 non sono stati registrati casi di corruzione accertati.
GRI 206: Comportamenti anti competitivi 2016	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche	La Governance dell'azienda	Nel corso del 2023 non si sono registrate azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche.
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materiali usati	La salute e la sicurezza dei clienti	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Le performance ambientali	
GRI 303: Acqua 2018 TEMA NON MATERIALE	303-3 Prelievo idrico	Le performance ambientali	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Le performance ambientali	
	305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2) da consumi energetici	Le performance ambientali	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	Le performance ambientali	
	306-4 Rifiuti destinati a recupero	Le performance ambientali	
	306-5 Rifiuti destinati a smaltimento	Le performance ambientali	
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	La Salute e Sicurezza sul lavoro	
GRI 404: Formazione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	4_IL VALORE DELLE PERSONE	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	La Governance dell'azienda 4_IL VALORE DELLE PERSONE	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	4_IL VALORE DELLE PERSONE	Nel corso del 2023 non si sono registrati episodi di discriminazione.
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	La salute e la sicurezza dei clienti	Nel corso del 2023 non si sono registrati episodi di non conformita'
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e Perdita dei dati dei clienti	La Governance dell'azienda	Nel corso del 2023 non si sono registrati casi di denunce derivanti da violazioni di privacy dei clienti.

**“Ringraziamo tutti coloro che hanno partecipato alla realizzazione
di questo nostro primo Bilancio di Sostenibilità“**

Famiglia Scarpari

**Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato redatto con il contributo
Direzione aziendale
Area Marketing & Comunicazione
Area Controllo di Gestione**

CONTATTI

Per ulteriori informazioni e approfondimenti si rimanda al sito aziendale www.frankalza.com.

Per eventuali commenti, richieste e proposte di miglioramento sui contenuti presentati è possibile inviare un'e-mail all'indirizzo frankalza@frankalza.com.

Supporto metodologico tecnico e testi:



frankalza®
via G. Garibaldi, 9
25082 Botticino (BS) ITALY
Tel. +39 030 2691224
P.Iva: 03200140170