

# # Rapporto di sostenibilità

2022









# #Rapporto di sostenibilità

2022

# LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Mai come lo scorso anno i numeri sono stati significativi per il nostro Gruppo e vorrei, quindi, partire da questi per presentare i risultati contenuti nel **Rapporto di Sostenibilità 2022** di Lucart.

**70:** sono le **candeline** che Lucart si accinge a spegnere in questo 2023 per festeggiare un compleanno ricco di storia ma soprattutto di prospettive.

**18:** come i **Rapporti di Sostenibilità** che abbiamo redatto in questi anni per testimoniare un percorso di trasparenza forte e definito su cui basare la relazione di fiducia con i nostri stakeholder.

**31:** come i punti percentuali di **aumento del fatturato 2022** rispetto al 2021, una crescita consistente che ci ha permesso di gestire gli alti e bassi di un mercato caratterizzato da un'elevata incertezza dovuta all'estrema velocità con cui sono cambiati gli scenari macroeconomici mondiali. A fine 2021, infatti, prima dell'inizio della guerra tra Russia e Ucraina e con l'emergenza pandemica in fase di risoluzione, ci attendevamo un anno di crescita e stabilità. In poche settimane, invece, con l'inizio dell'invasione dell'Ucraina a febbraio 2022, tutte le previsioni sono state stravolte e abbiamo assistito a un importante aumento dei costi di tutti i nostri principali fattori produttivi, che ha generato crescenti tassi di inflazione in tutti i paesi europei.

**11:** come la **diminuzione percentuale delle emissioni specifiche di CO<sub>2</sub>** rispetto al 2021, un risultato importante dovuto al continuo aggiornamento tecnologico degli impianti e agli investimenti nell'autoproduzione di energia elettrica rinnovabile che porteranno la potenza installata nel Gruppo a circa 7,5 MW nel corso del 2023.

**29:** come la **percentuale di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili** per rendere i prodotti che offriamo al mercato sempre più sostenibili.

**5,9:** come la **diminuzione percentuale dei consumi idrici specifici** rispetto al 2021 a testimonianza di una fortissima attenzione all'efficienza dei cicli produttivi per tutelare le nostre risorse naturali.

**56:** come la **percentuale di materie prime fibrose riciclate** utilizzate per la fabbricazione delle carte del Gruppo, un risultato che ci pone fra le prime aziende del settore per tasso di circolarità, in linea con il nostro obiettivo di arrivare al 2030 con una percentuale del 60% di materie prime fibrose riciclate.

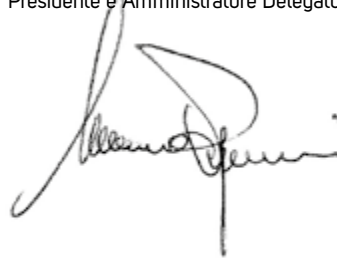
**100:** come la percentuale di **materie prime fibrose vergini** provenienti da aziende che adottano **sistemi di gestione forestale sostenibili** conformi a schemi di certificazione riconosciuti a livello Internazionale, quali FSC®, PEFC, FSI® ecc... e come la **percentuale di imballaggi riciclabili utilizzati** all'interno del Gruppo. Un numero che ben rappresenta il presidio dell'Azienda lungo tutte le fasi di vita del prodotto, dalle materie prime al fine vita.

**81:** come la **percentuale di rifiuti avviata a recupero** rispetto al totale dei rifiuti prodotti, un numero in linea con il nostro obiettivo al 2030 di arrivare al 90% di rifiuti recuperati.

**15:** come le **certificazioni di processo e di prodotto** ottenute dal Gruppo, alle quali si è aggiunta nel 2022 la certificazione con **livello Platinum di Ecovadis**, per garantire tutti i nostri stakeholder con i più alti standard del mercato.

Tutti questi numeri, insieme agli altri che troverete con maggior dettaglio all'interno del Rapporto, nel rispetto degli standard di rendicontazione del GRI, sono la testimonianza tangibile dei valori di **condivisione, responsabilità, cura e visione** che ognuno dei **1.700** lavoratori del Gruppo applica quotidianamente e che sono la più alta garanzia, non solo dei successi passati, ma soprattutto di quelli futuri. Per questo continueremo con estrema convinzione la nostra sfida sui temi della sostenibilità, affinché Lucart possa aiutare il pianeta e i suoi abitanti in modo trasparente e responsabile.

Massimo Pasquini  
Presidente e Amministratore Delegato



# NOTA METODOLOGICA

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

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria, pubblicato con periodicità annuale e realizzato in conformità agli standard GRI (Global Reporting Initiative).

Il periodo di rendicontazione analizzato copre l'intervallo di tempo compreso tra il **1° gennaio 2022** e il **31 dicembre 2022**. L'elenco puntuale dei GRI Standards presenti nel testo è sintetizzato all'interno del Content Index in coda al documento.

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

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

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

Lucart S.a.s., Lucart Tissue & Soap S.L.U., Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft., Lucart Hygiene Ltd. e Circular Shield D.o.o. Nel Rapporto si fa riferimento all'**insieme delle società** con la denominazione di **Gruppo** o Gruppo Lucart. Il periodo di rendicontazione e le società rendicontate nel Rapporto di Sostenibilità coincidono con il periodo di rendicontazione e le società rendicontate nel Bilancio Consolidato della società controllante Pasfin S.p.A.

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

Il Rapporto contiene informazioni di carattere qualitativo e quantitativo relative ai temi considerati "materiali" per Lucart e per i suoi stakeholder, e individuati attraverso la realizzazione di un'analisi di materialità. I dati sono

stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati. Nello specifico, i dati e le informazioni presenti all'interno del documento sono stati raccolti dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte, attraverso schede di raccolta dati compilate con i dati estratti dai sistemi informatici o da altri strumenti di lavoro utilizzati dalle Società.

I dati relativi ai periodi precedenti (2020 e 2021) sono riportati - quando disponibili - nel Rapporto di Sostenibilità a fini comparativi, per consentire agli stakeholder una valutazione sull'andamento delle attività nel tempo. Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime e limitazioni di perimetro, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il presente documento è stato redatto dal Team Comunicazione

Corporate, il quale ha raccolto i dati riportati coinvolgendo tutte le funzioni direttive interessate.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato sottoposto alla successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione di Lucart in data 07 giugno 2023. Al fine di migliorare l'efficacia del processo di rendicontazione e garantire a tutti gli stakeholder l'affidabilità delle informazioni riportate, il Rapporto di Sostenibilità 2022 è stato sottoposto a revisione limitata da parte di PricewaterhouseCoopers Business Services S.r.l. Tale attività si è conclusa con il rilascio della "Relazione sulla revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità 2022". La relazione, riportata nella sezione finale del documento, descrive i principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni.

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

[communication@lucartgroup.com](mailto:communication@lucartgroup.com)

# INDICE

Lettera agli stakeholder	2
Nota metodologica	4

## Il Gruppo #sharingthefuture

Lucart in sintesi 2022	8
Risultati e obiettivi di miglioramento	10
1.1 Gruppo Lucart, la storia	13
1.2 Stabilimenti del Gruppo	20
1.3 Tipologia di carte prodotte e capacità produttiva	22
1.4 Processo produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue	24
Processo produttivo del prodotto cosmetico	26
1.5 Aree di Business	28
1.6 Vision, Mission e Obiettivi	32
1.7 Obiettivi di sviluppo sostenibile	34
1.8 Catena del Valore	36
1.9 I Principi del Global Compact, Impegni	38
1.10 Codice Etico	39
1.11 Certificazioni	40
1.12 Ecovadis	42
1.13 Circolarità e sostenibilità come leve strategiche di business	44
1.14 Organizzazione	50
1.15 Modello di organizzazione	52
1.16 Analisi di Materialità	53
1.17 Gestione del Rischio	56

## Le Persone #loveyourself

2.1 Principi	66
2.2 Piano di Comunicazione	67
2.3 Relazioni con il Personale	71
2.4 Struttura del personale Lucart	75
2.5 Salute e Sicurezza sul Lavoro	79
2.6 Relazioni con gli altri stakeholder	82

## L'Ambiente #savetheplanet

3.1 Valutazione degli impatti ambientali	94
3.2 Dichiarazione ambientale di prodotto (EPD®)	95
3.3 Materie prime	98
3.4 Risorse idriche	101
3.5 Risorse energetiche	105
3.6 Emissioni in atmosfera	110
3.7 Logistica	112
3.8 Imballaggi	114
3.9 Gestione dei rifiuti	116
3.10 Bilancio quantitativo finale	119

## Marketing & Comunicazione #trustme

4.1 Attività di comunicazione Corporate	122
4.2 Attività di marketing e comunicazione Away from Home	129
4.3 Attività di marketing e comunicazione Consumer	136
4.4 Premi	141
4.5 Partecipazioni a convegni	142
4.6 Comunicazione web	144
4.7 Fiere, Eventi e Sponsorizzazioni	145

Analisi degli impatti correlati ai temi materiali	150
GRI Content Index	151
Relazione sulla revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità 2022	156

The background features a dense, stylized pattern of green leaves and vines in various shades of green and yellow-green, creating a lush, jungle-like atmosphere. The text is overlaid on this background.

**#**

**sharing  
the future**



# Il Gruppo

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

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

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



# LUCART IN SINTESI

## IL GRUPPO



**1.700+**  
Persone impiegate



**12**  
Macchine da carta



**10**  
Stabilimenti produttivi



**1**  
Centro Logistico

## PRODUZIONE

### SETTORE CARTA



**396mila**  
Tonnellate/Anno capacità produttiva

### SETTORE SKIN CARE



**12 milioni**  
Litri/Anno capacità produttiva

## BUSINESS UNIT



**AWAY FROM HOME**

**LUCART**  
PROFESSIONAL

**FATO**

**Velo**



**CONSUMER**

**Tenderly**

**Grazie**  
EcoNatural

**Tutto**

**Smile**



**BtoB**



Carta tissue



Carta monolucida



Carta airlaid



## PAESI SERVITI



**70+**

## MATERIE PRIME UTILIZZATE



**56%**

Carta da riciclare



**44%**

Cellulosa vergine

## FATTURATO



2020

515 M€

2021

548 M€

2022

**717** M€

Il fatturato comprende la voce ricavi netti.

## VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO



2020

483 M€

2021

551 M€

2022

**748** M€

DISTRIBUITO TRA:



**84,7%**  
Acquisti di  
beni e servizi



**12,9%**  
Costo del Lavoro



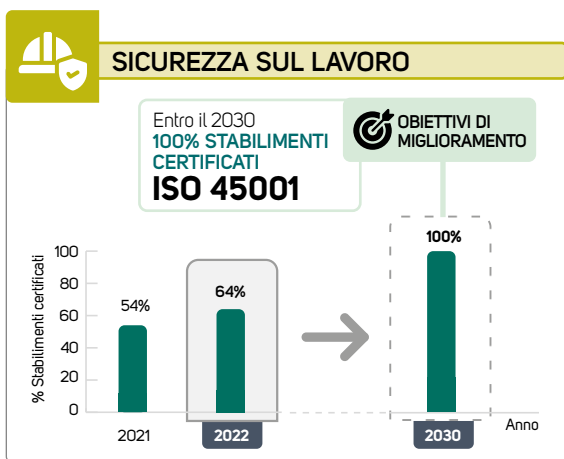
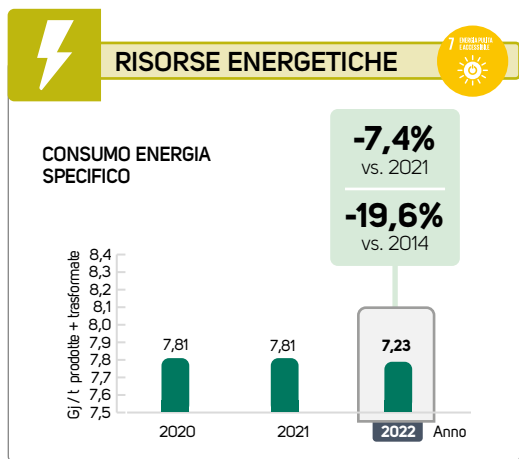
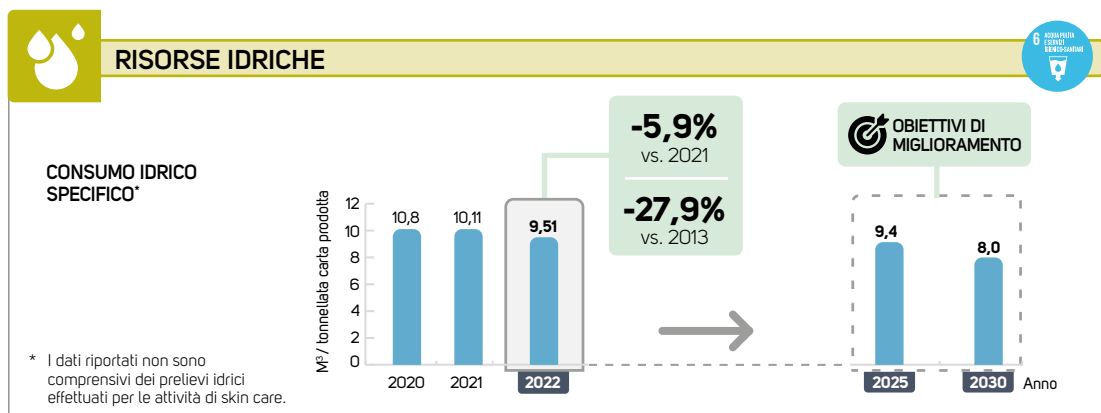
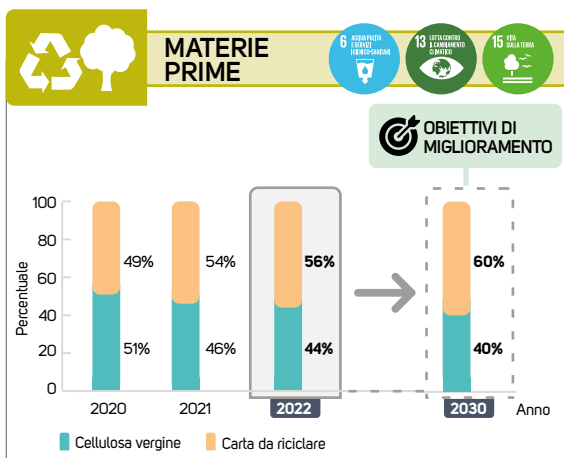
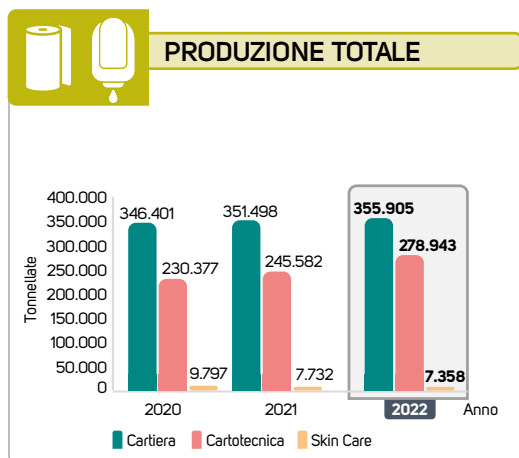
**1,9%**  
Finanziario



**0,6%**  
Stato

I dati finanziari relativi al fatturato (ricavi netti) e al valore economico distribuito agli stakeholder sono riferiti alla Capogruppo Pasfin S.p.A. Il valore totale generato (ricavi netti, variazioni di stock e altri ricavi) è pari a 776 M€ a fronte di un valore trattenuto pari a 28 M€. La voce relativa al valore distribuito alla comunità sarà integrata nelle future rendicontazioni.

# RISULTATI E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

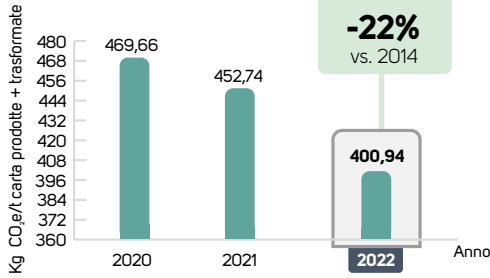




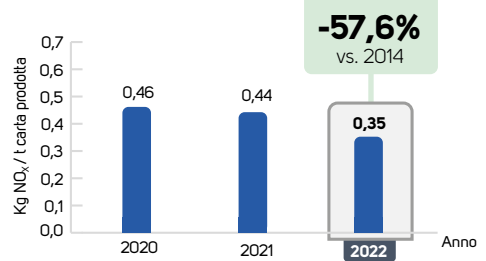
## EMISSIONI IN ATMOSFERA



EMISSIONI SPECIFICHE CO<sub>2</sub>e (INTENSITÀ)



EMISSIONI SPECIFICHE NO<sub>x</sub> (INTENSITÀ)

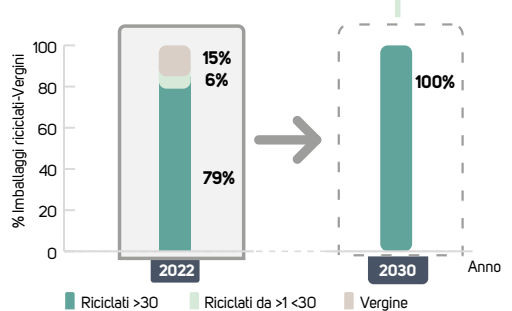
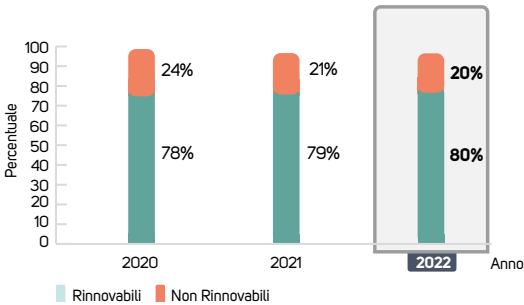


## IMBALLAGGI



**100%** DEGLI IMBALLAGGI DI LUCART SONO RICICLABILI O COMPOSTABILI

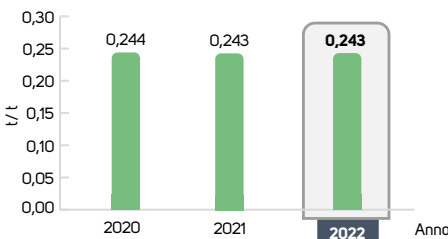
OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO



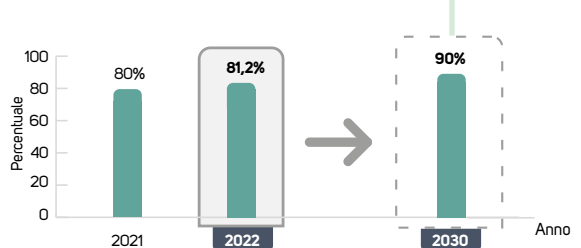
## RIFIUTI



RIFIUTI PRODOTTI / T DI CARTA PRODOTTA



RIFIUTI RECUPERATI







# 1.1 GRUPPO LUCART, LA STORIA

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

1953



## Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini

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

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

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

1953

1966

1966

## Prima macchina da carta PM1

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



# 1976

## Seconda macchina da carta PM2

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



1976

# 1987

## Avvio della produzione di carte tissue

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



1987

1983



# 1983

## Terza macchina da carta PM3

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

1988-1989



# 1988-1989

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

Il 1988 è un anno fondamentale nell'evoluzione dell'Azienda: grazie all'acquisto di un terreno di più di 240.000 m<sup>2</sup>, il Gruppo può pensare in grande e progettare un sito completamente integrato dedicato al mercato delle carte tissue, dalla produzione della carta alla trasformazione in prodotto finito sia per il mercato Consumer sia per quello Away from Home, con una moderna cartotecnica. Nasce il brand Lucart.

## 1990-1991

### Installazione di due nuove macchine da carta

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



1990-1991

## 1996

### Impianto di disinchiostrazione maceri a Borgo a Mozzano e PM7

Nel 1996 il Gruppo decide di differenziare l'offerta di carte tissue rispetto alla concorrenza e, sfruttando le tecnologie e le conoscenze acquisite con la lavorazione delle carte per imballaggi flessibili da maceri selezionati, inaugura una serie di impianti progettati appositamente per la disinchiostrazione dei maceri, la produzione di carta tissue riciclata di alta

qualità e la depurazione delle acque reflue di processo.

La nuova macchina da carta PM7 è in grado di produrre 60.000 tonnellate di carta riciclata e rigenerata all'anno.



1996

1993



## 1993

### Cartiera Lucchese France

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

1997



## 1997

### Nasce EcoLucart

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

# 1998

## Il consolidamento in Europa

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



1998

# 2007

## Lucart entra nel mercato Ho.Re.Ca.

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



2007

2006



# 2006

## La certificazione ambientale EMAS

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

# 2008

## Nuova acquisizione in Francia

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





## 2009

### Nasce Lucart Group

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



2009

## 2011

### Nuovi brand e certificazioni

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



2011

## 2013

### Fusione in Lucart S.p.A.

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



2013



## 2010

### Fiberpack®: si parte!

Nel 2010 viene realizzato a Borgo a Mozzano un nuovo impianto - unico in Italia - per la produzione di carta ecologica al 100% derivante dal recupero delle fibre di cellulosa presenti nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Alla materia prima ecologica che costituisce questi nuovi prodotti viene dato il nome di Fiberpack®. Con questo progetto, Lucart consolida il proprio impegno per la valorizzazione della sostenibilità ambientale e la salvaguardia dell'ambiente, attraverso una produzione innovativa ed esclusiva dal punto di vista tecnologico.

## 2012

### Acquisizione di Georgia Pacific Italia

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

## 2016

### L'ingresso in Ungheria

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



2016

2017

2018

## 2017

### Il Centro Logistico di Altopascio

Nell'ambito di un piano di miglioramento ed efficientamento della logistica dell'intero Gruppo, Lucart acquisisce un'area di circa 24.000 m<sup>2</sup> di magazzini coperti a pochi passi dal casello autostradale di Altopascio.

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



## 2018

### Avvio della macchina da carta PM12

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

### L'investimento in Spagna

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

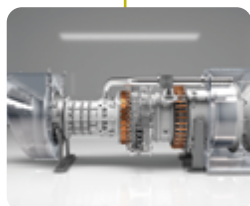
## 2019

### Lancio imballo in carta

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



2019



## 2019

### Nuovo impianto di cogenerazione

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

## 2021

### Investimento nel Regno Unito

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



2021



2022

## 2022

### Impianto di granulazione

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

## 2023

### Nuovo centro logistico in Francia

A marzo 2023 è stato acquisito un nuovo centro logistico in Francia a Saint-Dié-des-Vosges, nella zona commerciale di Hellieule. Il sito sorge su un'area di più di 22.000 mq coperti e servirà i clienti del mercato Away from Home in Francia, Belgio, Olanda e Germania. Sarà operativo a inizio 2024.



2023

# 1.2 STABILIMENTI DEL GRUPPO

al 31 marzo 2023



## BLACKMORE PARK (REGNO UNITO)

Lucart Hygiene Ltd.



Stabilimento di sola trasformazione dedicato principalmente alla produzione di articoli in carta tissue per l'igiene per il settore Away from Home.

Linee di trasformazione 5



## ARTZINIEGA (SPAGNA)

Lucart Tissue & Soap S.L.U.



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

Linee di trasformazione carta 4 Linee skin care 2



## ARANGUREN (SPAGNA)

Lucart Tissue & Soap S.L.U.



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

Macchine da carta 2



## CASTELNUOVO DI GARFAGNANA (LU)

Lucart S.p.A.



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

Macchine da carta 1 Linee di trasformazione 4



## BORGO A MOZZANO - DIECIMO (LU)

Lucart S.p.A.



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

Macchine da carta 3 Linee di trasformazione 19



### LAVAL SUR VOLOGNE (FRANCIA)

Lucart S.a.s.

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

*Macchine da carta* 2 *Linee di trasformazione* 9



### FRANCOFORTE (GERMANIA)

*Uffici commerciali*



### NYERGESÚJFALU (UNGHERIA)

Lucart Kft.

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

*Linee di trasformazione* 5



### LUBIANA (SLOVENIA)

*Circular Shield D.o.o.*



### TORRE DI MOSTO (VE)

Lucart S.p.A.

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

*Linee di trasformazione* 17



### AVIGLIANO (PZ)

Lucart S.p.A.

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

*Macchine da carta* 1 *Linee di trasformazione* 4



### ALTOPASCIO (LU)

Lucart S.p.A.

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

*Centro logistico*



### PORCARI (LU)

Lucart S.p.A. (Headquarter)

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

*Macchine da carta* 3

## 1.3 TIPOLOGIA DI CARTE PRODOTTE E CAPACITÀ PRODUTTIVA

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

### Capacità produttiva settore carta

Il Gruppo al 31 marzo 2023 ha una capacità produttiva complessiva di circa 396.000 tonnellate di carta, così distribuite:

**396 mila**  
Tonnellate/Anno  
capacità  
produttiva

Linea	Società	Stabilimento	Capacità Produttiva (t)			
			Tissue	Monolucida	Airlaid	TOT.
PM3	Lucart S.p.A.	Porcari		50.000		
PM4	Lucart S.p.A.	Porcari	25.000			
PM5	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM6	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	25.000			
PM7	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano - Diecimo	60.000			
PM9	Lucart S.a.s.	Laval sur Vologne	23.000			
PM10	Lucart S.a.s.	Laval sur Vologne	38.000			
PM11	Lucart S.p.A.	Castelnuovo di Garfagnana	50.000			
PM12	Lucart S.p.A.	Porcari	35.000			
PM13	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
PM14	Lucart Tissue&Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
AM01	Lucart S.p.A.	Avigliano			15.000	
<b>TOT.</b>			<b>331.000</b>	<b>50.000</b>	<b>15.000</b>	<b>396.000</b>

### Capacità produttiva settore skin care

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

**12 milioni**  
Litri/Anno  
capacità  
produttiva



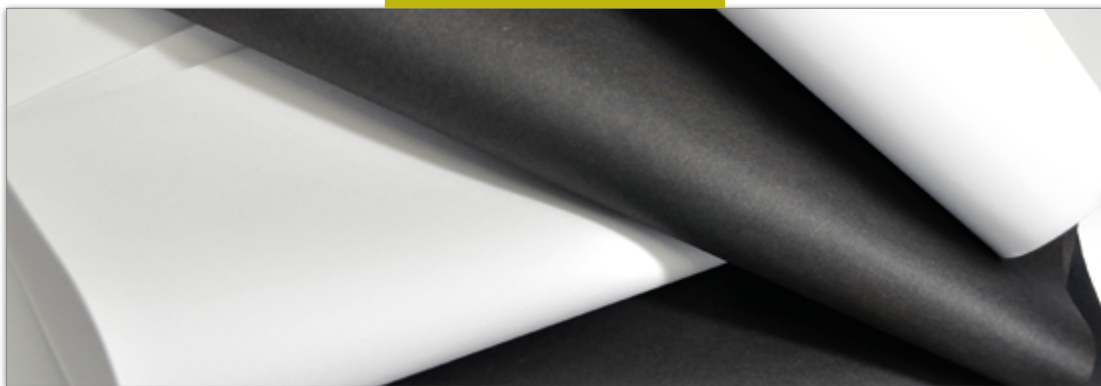
## Carta tissue



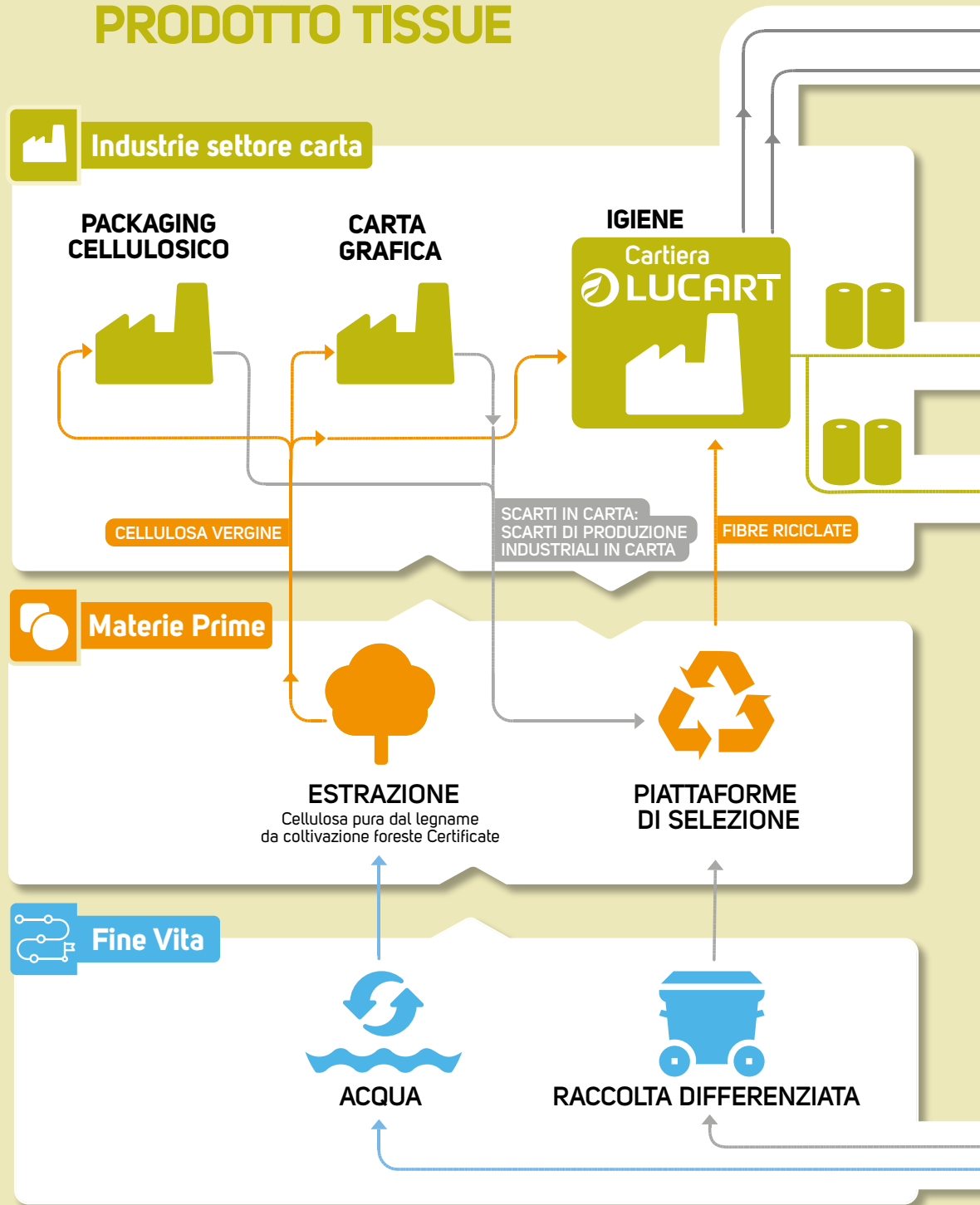
## Carta airlaid



## Carta monolucida



# 1.4 PROCESSO PRODUTTIVO E CICLO DI VITA DEL PRODOTTO TISSUE





## Scarti



FANGHI: FIBRE DI SCARTO E SOSTANZE INERTI

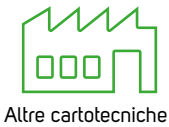
SCARTO PULPER: RESIDUI DI PLASTICA, LEGNO, METALLO

## Produzione

### CARTOTECNICA



### PRODOTTI



## Distribuzione



Grande Distribuzione Organizzata



Ristorazione Collettiva Distributori Professionali

## Uso



SCARICHI ACQUA

SCARTI DA CONSUMI DOMESTICI E PROFESSIONALI

# PROCESSO PRODUTTIVO E CICLO DI VITA DEL PRODOTTO COSMETICO



## Materie Prime

FRAGRANZE EMOLLIENTI ALTRI TENSIOATTIVI



ACQUA

Trattamento di purificazione e preparazione

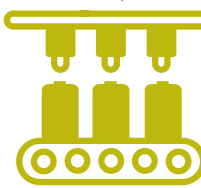


## Produzione

MISCELAZIONE



RIEMPIMENTO



## Stagionatura e distribuzione

STAGIONATURA

Tempo di maturazione e rilascio delle proprietà microbiologiche



DISTRIBUZIONE



## Scarti

RESIDUI CHIMICI



Smaltimento

SCARTI PLASTICI



Recupero altre aziende

SCARTI IN CARTA E CARTONE



ACQUA Trattata e immessa nel processo di produzione

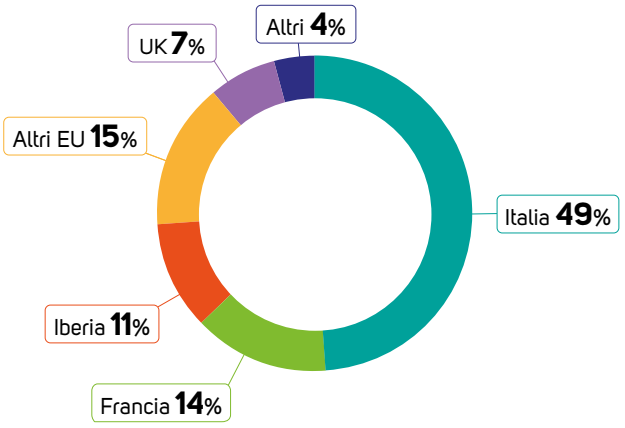


# 1.5 AREE DI BUSINESS

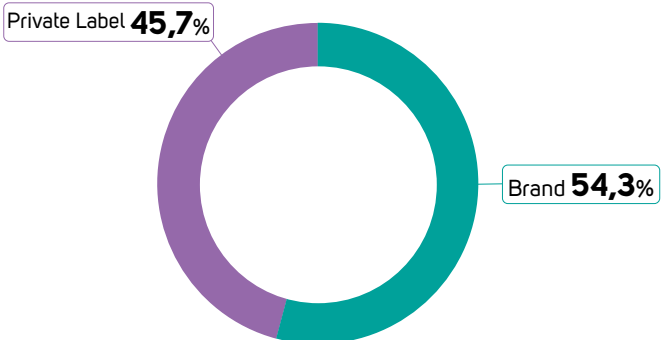
L'area Sales & Marketing è organizzata in 3 business unit: **Away from Home**, **Consumer** e **Business to Business**. Nel 2022 i prodotti del Gruppo hanno soddisfatto le esigenze di partner commerciali e utilizzatori finali in più di 70 Paesi del mondo.



Ripartizione % dei ricavi per area geografica



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





## BUSINESS UNIT AWAY FROM HOME (AFH)

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

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

### Lucart Professional

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



### Fato

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



### Velo

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





## BUSINESS UNIT CONSUMER

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

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

### Tenderly

Tra i brand leader del mercato italiano, dal 1974 soddisfa le esigenze dei consumatori proponendo una gamma di prodotti di alta qualità e certificati FSC®. Tenderly è riconosciuta per la sua elevata morbidezza ed è punto di riferimento nel segmento Cura Persona.



### Tutto

Brand specializzato nella cura della casa e l'unico, nel mercato di riferimento, a offrire prodotti realizzati in airlaid dalle eccezionali performance di assorbenza e resistenza in grado di essere riutilizzati più volte, sia asciutti sia bagnati. Oggi la sua offerta si completa con la linea Tutto Cucina realizzata in carta tissue e con la nuovissima linea di Tovaglioli.



### Grazie EcoNatural

Brand leader nel segmento ecologico, rappresenta la prima linea di prodotti tissue destinata al mercato Consumer realizzata attraverso il riciclo delle fibre di cellulosa contenute nei cartoni per alimenti tipo Tetra Pak®.

Tutti i prodotti della linea Grazie EcoNatural sono certificati Ecolabel e FSC® Recycled.



### Smile

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





## BUSINESS UNIT BUSINESS TO BUSINESS (BtoB)

La divisione BtoB propone al mercato bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche, garantendo qualità e costanza del prodotto nel tempo, alto livello di servizio e affidabilità verso la clientela.

Le principali tipologie di carte prodotte negli stabilimenti del Gruppo:



### Carta Tissue

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



### Carta Airlaid

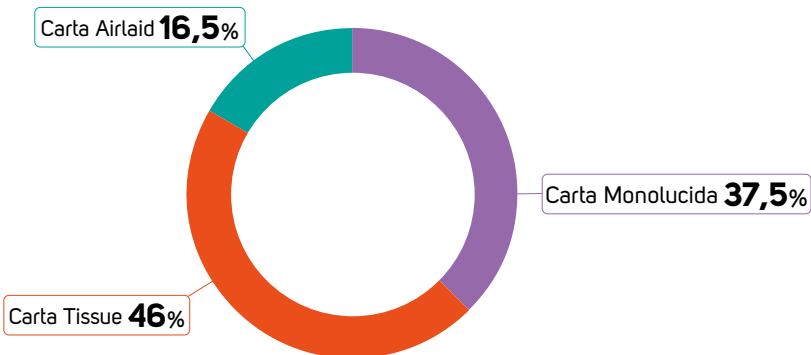
Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo di produzione che non prevede l'utilizzo dell'acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente e può essere riutilizzata più volte. Le bobine jumbo sono destinate ad altre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



### Carta Monolucida

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

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



## 1.6

**VISION,  
MISSION E  
OBIETTIVI**

# Vision

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



# Mission

Ci prendiamo cura delle persone e degli ambienti in cui vivono e lavorano con soluzioni per l'igiene e la protezione dei prodotti. La sostenibilità è l'elemento che ispira le nostre innovazioni e le relazioni con i nostri stakeholder per la costruzione di un futuro migliore.





# Obiettivi

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



## Sostenibilità

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

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



## Qualità

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

IMMAGINARE IL FUTURO E CREARE SOLUZIONI PER VIVERLO MEGLIO.



## Innovazione

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

SODDISFARE LE PERSONE, CONSOLIDARE IL GRUPPO.



## Redditività

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

## 1.7 OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

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

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



### 3 SALUTE E BENESSERE

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

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



### 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ

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



### 6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO SANITARI

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



## 7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE

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



## 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

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



## 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il cambiamento climatico è probabilmente la minaccia più grande che dovremo affrontare in questi anni. Lucart predispone dei piani per ridurre le proprie emissioni di CO<sub>2</sub>e per tonnellata di carta prodotta. La scelta di privilegiare la produzione di carta riciclata ha notevoli vantaggi per l'ambiente in quanto riduce le emissioni di CO<sub>2</sub>e di circa il 23% a parità di carta prodotta<sup>1</sup>.



<sup>1</sup>Studio effettuato con metodologia EPD® considerando l'intero ciclo di vita di due carte igieniche Lucart, una in pura cellulosa e una in carta riciclata: <https://www.environmentaldec.com/library/epd6894>

## 15 VITA SULLA TERRA

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



## 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

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



# 1.8 CATENA DEL VALORE



## Materie prime sostenibili

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



## Partnership

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



Il nostro obiettivo è la creazione di valore per tutti i nostri Stakeholder



## Educazione e Ricerca

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





## Autoproduzione di energia e calore

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



## Sistemi di gestione integrati

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



## Produzione sostenibile

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

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

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



## Mobilità sostenibile

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



# 1.9 I PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT, IMPEGNI

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



## 1.10 CODICE ETICO

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



Lucart è stata una delle prime aziende in Italia a richiedere e ottenere il **Rating di legalità** rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato (AGCM) alle aziende che operano secondo determinati principi di legalità ed etici. Il punteggio attribuito in fase di rinnovo in data 24/01/2023 è stato di **3 stelle su un massimo di 3**.

L'ultima revisione del Codice Etico, in linea con le migliori prassi internazionali, che definisce i principi e i valori fondanti dell'etica aziendale, le regole di comportamento e le norme di attuazione relative, è stata approvata a marzo 2022.

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

Il Codice Etico è parte integrante del "Modello di organizzazione, gestione e controllo", introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del decreto legislativo 231/2001. Si presenta, inoltre, come uno strumento essenziale per contrastare eventuali rischi in materia di abuso dei diritti fondamentali dell'uomo e di ogni forma di corruzione attiva e passiva. L'etica nell'attività imprenditoriale è un elemento di fondamentale importanza per il successo e la credibilità di un'azienda. È il fattore che identifica e rafforza i valori dell'Azienda, per renderli fondamentali e motore per uno sviluppo socioeconomico competitivo nel tempo. Alla base del Codice Etico sono i principi che da sempre sostengono e guidano il nostro fare azienda: correttezza, buona fede, trasparenza, fedeltà e lealtà.

### WHISTLEBLOWING

- ☞ Tutti i Soggetti Destinatari del Codice Etico possono segnalare per iscritto, attraverso canali informativi protetti, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico; le segnalazioni possono essere anche anonime e, comunque, ciascuna di esse sarà oggetto di valutazione da parte degli organi competenti, che, nel garantire l'anonimato a chi ha effettuato la segnalazione, giudicheranno di volta in volta l'opportunità di iniziare un procedimento istruttorio in considerazione delle circostanze concrete. È assicurata la riservatezza, nonché la tutela del segnalante contro atti di ritorsione o discriminatori, fatti salvi gli obblighi di legge. A tale scopo il Gruppo ha messo a disposizione un canale alternativo di segnalazione (Digital PA) idoneo a garantire, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità del segnalante, disponibile al seguente indirizzo: <https://Lucartgroup.segnalazioni.net>
- ☞ Nel corso del 2022 L'Organismo di Vigilanza ha ricevuto una segnalazione di violazione tramite piattaforma Digital PA e, con il supporto delle funzioni interne, ha effettuato gli approfondimenti necessari. Dall'analisi documentale è emersa l'infondatezza della segnalazione.

# 1.1 CERTIFICAZIONI

La qualità dei nostri prodotti trova conferma in importanti certificazioni.

(Schema aggiornato al 31 maggio 2023)

## ECOLABEL

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



## PEFC E FSC®

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

**PEFC**  
(Programme for the Endorsement of Forest Certification)



**FSC®**  
(Forest Stewardship Council®)



Il marchio della gestione forestale responsabile

## ISO

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

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

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

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

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

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

## EMAS

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

**EMAS**  
(Eco-Management and Audit Scheme)





### DER BLAUE ENGEL

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



### OK COMPOST

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



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

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



### CRADLE TO CRADLE™

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



### REMADE IN ITALY®

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



	Porcari	Borgo a Mozzano (Diecimo)	Torre di Mosto	Castelnuovo di Garfagnana	Avigliano	Altopascio (Centro Logistico)	Laval Sur Vologne	Nyergesűfalu	Artziniega Tissue	Artziniega Soap	Aranguren	Blackmore Park
EU Ecolabel	■	■	■	■			■	■	■	■	■	
PEFC	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	
FSC®	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	
ISO 9001	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
ISO 14001	■	■		■	■		■	■	■	■	■	■
ISO 50001	■	■		■			■		■	■	■	
ISO 22716										■		
ISO 45001	■	■	■	■	■	■			■	■		■
EMAS		■		■								
Der Blaue Engel		■					■		□			
IFS HPC		■		■	■							
OK Compost			■		■							
Cradle to Cradle™							■					
ReMade In Italy®						■						
CHSA												■

■ certificato □ in fase di certificazione

## 1.12 ECOVADIS

Grazie alla Vision strategica del Gruppo, cresce l'impegno verso la responsabilità sociale.

Nel 2022 Lucart ha ottenuto dall'agenzia indipendente Ecovadis il massimo livello di rating sulla responsabilità sociale con la valutazione Platinum. Solo l'1% delle più di 90.000 aziende analizzate da Ecovadis a livello mondiale può vantare un simile risultato.

La valutazione tiene conto di quattro importanti temi legati alla sostenibilità: ambiente, pratiche lavorative e diritti umani, etica e approvvigionamento sostenibile. Questi aspetti si basano su standard internazionali, come i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite e le convenzioni dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO).

Questo traguardo premia gli sforzi compiuti dall'Azienda negli ultimi anni per promuovere un modo sostenibile di produrre carta e diventa uno strumento riconosciuto per comunicare ai nostri stakeholder il livello di impegno raggiunto nella responsabilità sociale.



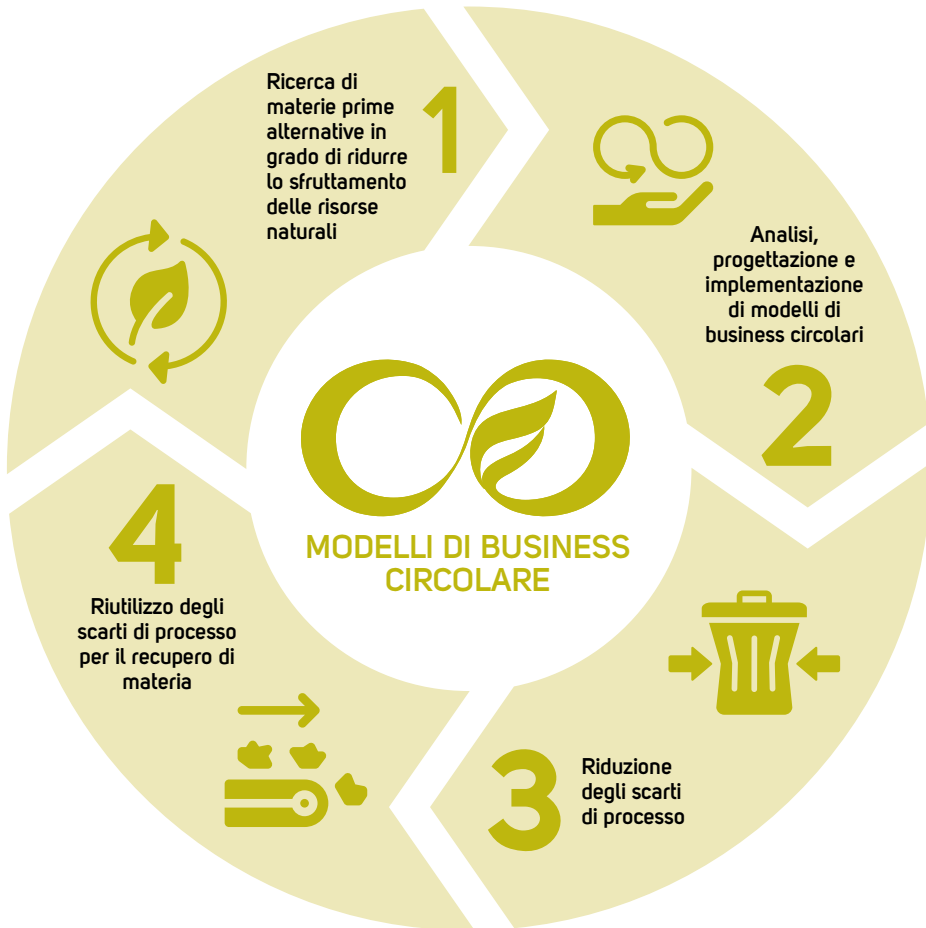






# 1.13 CIRCOLARITÀ E SOSTENIBILITÀ COME LEVE STRATEGICHE DI BUSINESS

Lucart è fortemente determinata ad accelerare la transizione da una economia di tipo lineare a una di tipo circolare. La strategia di Lucart pone la circolarità dei modelli di business al centro della propria azione e in particolare favorisce:

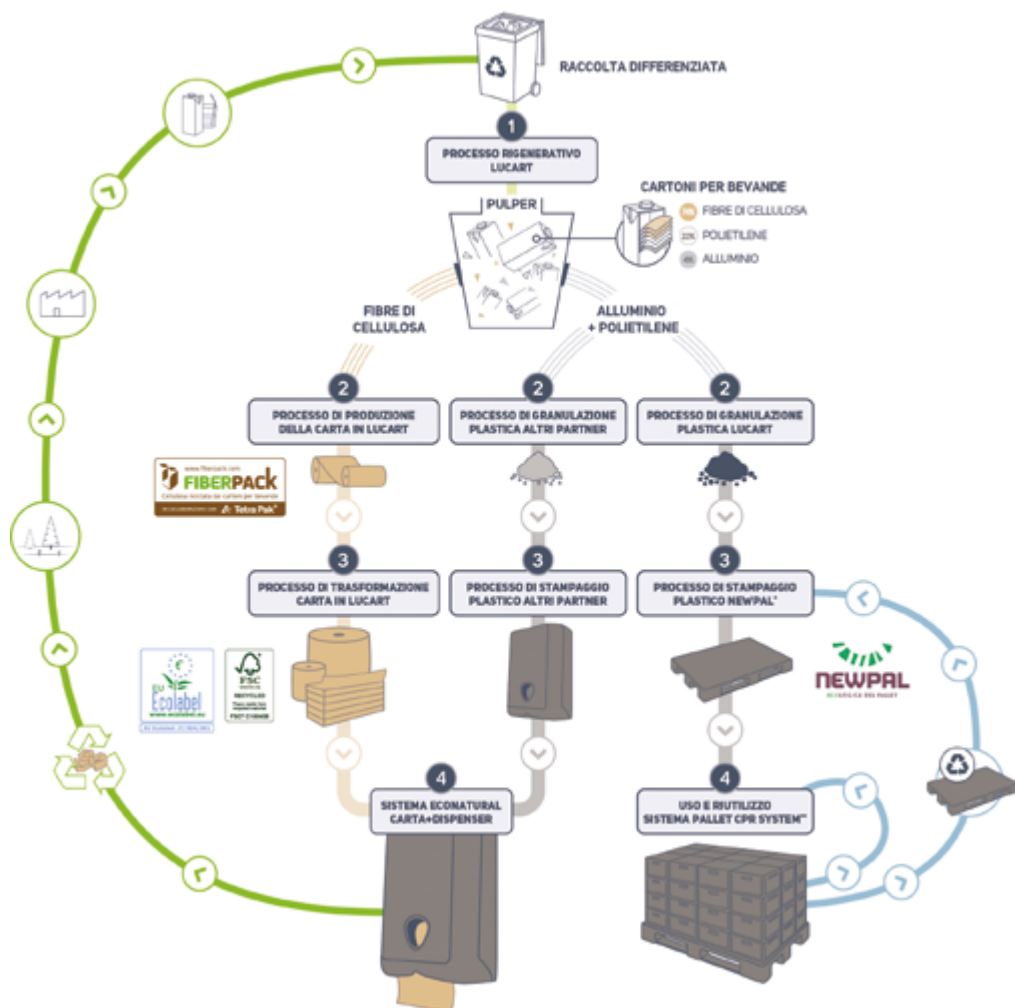


## IL PROGETTO ECONATURAL



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

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



## Le fasi del progetto

# 1

### Le nuove materie prime recuperate

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



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



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

# 2

### Il sistema carta + dispenser

La seconda fase di sviluppo del Progetto EcoNatural ha visto la combinazione delle due nuove materie prime, precedentemente ottenute, in una unica proposta di valore per i nostri clienti con il sistema carta Fiberpack® + Dispenser in ALPe®.



# 3



## Simbiosi industriale

La terza fase si è concretizzata con la nascita di [Newpal S.p.A.](#), la società partecipata con CPR System, che è dedicata allo stampaggio di pallet riciclati di alta qualità.

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano è stato installato un nuovo impianto in grado di ottenere un granulo plastico dal materiale omogeneo composto da polietilene e alluminio ricavati dal processo di riciclo dei cartoni per alimenti. Il granulo diventa la materia prima per Newpal S.p.A. che, con un impianto progettato appositamente per utilizzare plastiche non vergini, stampa pallet in plastica riciclata. Il progetto consente quindi, di chiudere completamente il cerchio del recupero dei contenitori per bevande poliaccoppiati, creando grandi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business.

I pallet realizzati da Newpal sono utilizzati da CPR System, azienda leader in Italia nella produzione, movimentazione e riciclo degli imballaggi in plastica a sponde abbattibili e dei pallet. CPR System recupera e riutilizza i pallet che, a fine vita e dopo molteplici utilizzi, non vengono smaltiti in discarica ma sono reinseriti nel processo industriale.

Questa collaborazione tra Lucart e CPR System, porta nuovi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business:

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



## Il Packaging Sostenibile

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

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

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



## Circular Shield e il Modello di Business Circolare MMC®



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

A questo fine è stata creata la società Circular Shield D.o.o. e il modello MMC® (Municipal Material Cycle), sperimentato per la prima volta nella città di Novo Mesto in Slovenia. Il modello prevede la costruzione di un flusso circolare che parte dai cartoni per bevande usati, raccolti dalle famiglie degli studenti secondo le

regole locali di raccolta dei rifiuti. Successivamente, attraverso il coinvolgimento dell'azienda locale di gestione dei rifiuti e dei consorzi che gestiscono, separano e selezionano il materiale nelle loro piattaforme, Lucart riceve i cartoni per bevande usati e li ricicla attraverso un processo di produzione esclusivo. I prodotti delle linee EcoNatural in Fiberpack® (asciugamani, carta igienica, tovaglioli, ecc.) saranno poi venduti insieme ai relativi dispenser a un partner di distribuzione locale, che

consegnerà i prodotti nei bagni di uffici pubblici, scuole, aziende pubbliche e centri sportivi e ricreativi dell'area di provenienza dei cartoni per bevande raccolti. Tutto il ciclo è messo in atto con il patrocinio dell'amministrazione comunale competente.

Il modello è stato successivamente esportato in Slovacchia in due municipalità per contribuire alla creazione di una vera cultura della sostenibilità.

Per approfondimenti sul Modello si rimanda al capitolo 4.



## Risultati complessivi del progetto EcoNatural

Nel periodo 2013 – 2022 Lucart,  
considerando le tonnellate di carta Fiberpack® prodotte,  
ha contribuito a:



**RECUPERARE**  
più di

**9,1 Miliardi**

di cartoni  
per bevande<sup>1</sup>



una distanza pari a

**52 volte**

il giro della terra<sup>2</sup>



**EVITARE**  
l'uso di più di

**3,9 Milioni**

di Alberi<sup>3</sup>



la superficie di più di

**13.400**

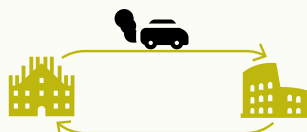
campi da calcio



**EVITARE**  
più di

**239.500 tCO<sub>2</sub>e**

emesse  
in atmosfera<sup>4</sup>



alle emissioni di

**1.842.162**

viaggi in auto  
Roma-Milano

<sup>1</sup> Considerando cartoni per bevande da 1L

<sup>2</sup> Considerando cartoni stesi uno dopo l'altro

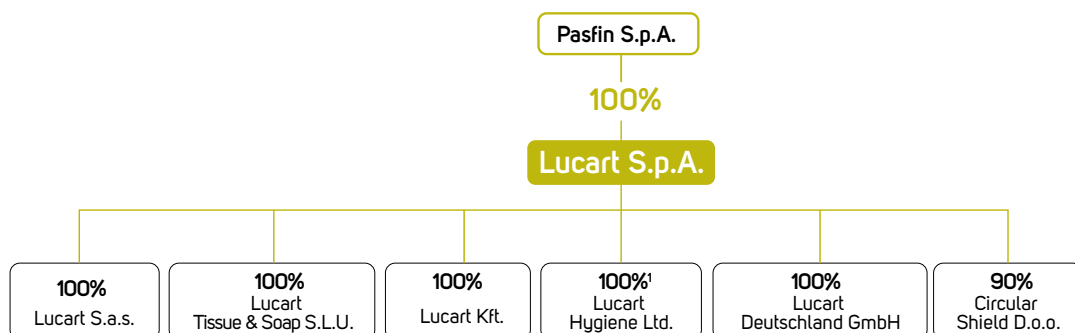
<sup>3</sup> United Nations Environment Programme, Report 2011: Towards a Green Economy

<sup>4</sup> European Union Life Cycle Database (ELCD)

## 1.14 ORGANIZZAZIONE

### Composizione societaria del Gruppo e rapporti di partecipazione

al 31 marzo 2023



<sup>1</sup> Lucart S.p.A. ha ceduto nel 2022 una quota di minoranza (37%) di Lucart Hygiene Ltd. a SIMEST S.p.A., l'Agenzia governativa italiana a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane. Il supporto di SIMEST S.p.A. si realizza attraverso l'acquisto a termine di una partecipazione azionaria di minoranza. SIMEST spa agisce come socio "silente" e sul Bilancio di Lucart S.p.A. la partecipazione SIMEST è contabilizzata come "altro debito" e non come cessione di "capitale".

### Consiglio di Amministrazione

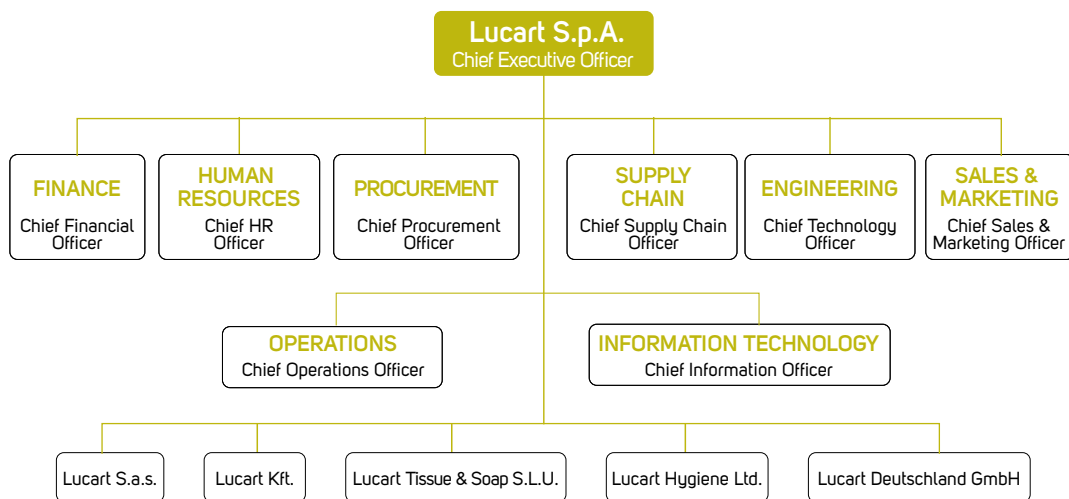
Il **Consiglio di Amministrazione** di Lucart S.p.A., la società operativa alla guida del Gruppo Lucart con sede a Porcari (LU), è nominato dall'Assemblea dei Soci ed è composto da 6 membri<sup>2</sup> che hanno le competenze necessarie per una gestione responsabile dell'Azienda nel rispetto del piano strategico da essi stessi redatto e presentato all'Assemblea dei Soci. I consiglieri non esecutivi sono in possesso dei requisiti di indipendenza previsti dall'art. 148 comma 3 del D.Lgs. 58/1998.

⊙	<b>Massimo Pasquini</b>	(Presidente e Amministratore Delegato)	66 anni	Esecutivo
⊙	<b>Sandro Pasquini</b>	(Consigliere)	55 anni	Esecutivo
⊙	<b>Alessandro Pasquini</b>	(Consigliere)	46 anni	Esecutivo
⊙	<b>Francesco Pasquini</b>	(Consigliere)	43 anni	Esecutivo
⊙	<b>Massimo Innocenti</b>	(Consigliere)	60 anni	Non esecutivo
⊙	<b>Guido Carissimo</b>	(Consigliere)	67 anni	Non esecutivo

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

<sup>2</sup> Il Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. è composto da 6 uomini: il 33% di età compresa fra 30 e 50 anni e il 67% di età superiore a 50 anni. Nel 2022 il Presidente e Amministratore Delegato non ha ricoperto altri incarichi né all'interno del Gruppo né presso le altre Aziende controllate.

## Organigramma



## Comitati

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

<b>COMITATO STRATEGICO</b>	È composto dall'Amministratore Delegato, dai consiglieri esecutivi del Consiglio di Amministrazione, dal CFO e dal COO. Verifica l'avanzamento dei progetti più significativi e strategici del Gruppo ed esegue i provvedimenti discussi e approvati dal Consiglio di Amministrazione.
<b>COMITATO ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE)</b>	È presieduto dall'Amministratore Delegato e ha il compito di supportare i processi di business legati alla sostenibilità e all'economia circolare, e di allinearli agli obiettivi strategici del Gruppo.
<b>COMITATO DI DIREZIONE</b>	Si riunisce ogni due settimane e ha il compito di coordinare le attività operative di Lucart per il raggiungimento della massima efficacia.
<b>COMITATI AMBIENTE E SICUREZZA</b>	Hanno il compito di assicurare l'implementazione dei requisiti ambientali e di sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti e gli ambienti di lavoro del Gruppo.
<b>COMITATO INNOVAZIONE E FINANZA AGEVOLATA (CIFA)</b>	Fornisce una interfaccia tra la funzione Grants&Benefits, le funzioni tecniche specifiche e la direzione strategica aziendale.
<b>COMITATO RISCHI FINANZIARI</b>	Definisce le linee guida di copertura e la strategia di gestione dei rischi finanziari del Gruppo: tasso di interesse, valutario, commodity, credito.

# 1.15 MODELLO DI ORGANIZZAZIONE

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

complessivamente revisionato e aggiornato in data 18 marzo 2022.

Il Modello è finalizzato a prevenire la possibilità di commissione degli illeciti rilevanti ai sensi del decreto - tra cui anche quelli relativi ai conflitti di interesse - e, conseguentemente, a ridurre la responsabilità amministrativa della società.

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



## Organismo di Vigilanza

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

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

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

attività, è dotato di un proprio budget di spesa, predisporre un piano di attività e riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. L'OdV, inoltre, ha un regolare scambio di informazioni con il Collegio Sindacale e con la Società di revisione. Partecipa, inoltre, alle riunioni del Comitato di Crisi, del Comitato di Sicurezza e del Comitato Ambiente.

## Comitato di Crisi Covid-19

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

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

si è regolarmente riunito anche nel corso del 2022 seguendo l'evolversi della crisi pandemica.

# 1.16 ANALISI DI MATERIALITÀ

Lucart ha mappato e valutato gli impatti dell'organizzazione, individuando le tematiche di maggiore rilevanza per la Società e per i suoi stakeholder, attraverso l'Analisi di Materialità.



In linea con quanto richiesto dai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* (GRI standards), il presente Rapporto di Sostenibilità si focalizza sui **temi rilevanti (cd. «materiali»)**, ovvero gli aspetti che riflettono gli **impatti economici, ambientali e sociali significativi per la società** o che possono

**influenzare le valutazioni e/o le decisioni degli stakeholder.**

Il focus sugli impatti è stato introdotto con il recente aggiornamento degli standard GRI, in vigore da gennaio 2023. L'analisi di materialità qui descritta rispetta dunque le nuove indicazioni.

Per arrivare all'identificazione dei temi materiali è stato necessario:

1. **Comprendere il contesto di riferimento**
2. **Identificare gli impatti**
3. **Valutare la rilevanza degli impatti**
4. **Prioritizzare gli impatti**

I temi ritenuti materiali del Gruppo sono stati aggiornati nel 2020, quando, alla luce del contesto determinato dalla crisi pandemica del Covid-19, è stata inserita la nuova tematica "Impatto Covid-19". Nel 2021, con il coinvolgimento diretto del Top Management di Lucart, è stata inoltre aggiornata la mappatura degli stakeholder prioritari, qui elencati:

### CATEGORIE DI STAKEHOLDER PER LUCART

- |                                |  |                             |
|--------------------------------|--|-----------------------------|
| ⊕ Clienti e consumatori finali | ⊕ Comunità locale                      | ⊕ Associazioni di categoria |
| ⊕ Azionisti e finanziatori     | ⊕ Enti di regolamentazione             | ⊕ Organizzazioni sindacali  |
| ⊕ Dipendenti                   | ⊕ Media                                | ⊕ ONG                       |
| ⊕ Fornitori                    | ⊕ Scuole/Università ed Enti di ricerca |                             |

Il processo di Analisi di Materialità svolto nel 2022 si è basato in primis sull'identificazione degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi maggiormente rilevanti per l'Azienda e per il contesto all'interno del quale essa opera, suddivisi nelle tre dimensioni della sostenibilità: economica e di

governance, sociale e ambientale, correlati a 14 tematiche. Per valutare quali impatti fossero più significativi è stato sottoposto un questionario al comitato ESG istituito dalla direzione. Per ogni impatto identificato è stato definito un livello di rilevanza, basato sugli aspetti di importanza

e probabilità ad esso collegati. In base ai punteggi ottenuti, è stata compilata una lista di temi prioritari, il cui ordine riflette il livello di significatività per il Gruppo. La lista di temi materiali e di impatti correlati è stata validata dalla direzione aziendale in CdA.

Le tematiche materiali sono state sottoposte alla valutazione degli stakeholder del Gruppo Lucart tramite diverse modalità.

Con i referenti delle categorie ONG e Comunità Locale sono state organizzate delle interviste *one-to-one* e un focus group per presentare e discutere insieme il percorso verso la sostenibilità di Lucart e raccogliere spunti di riflessione utili a un miglioramento continuo di tale approccio.

Ai Clienti, Fornitori, Dipendenti, Azionisti, Scuole e Università è stato inviato un questionario focalizzato sui temi materiali di Lucart. Al campione di stakeholder coinvolto è stato chiesto di esprimere la propria valutazione su due distinte votazioni. Con la prima, è stato valutato il livello

di rilevanza della tematica per i vari stakeholder, con la seconda è stata valutata la percezione che gli stakeholder hanno relativamente alla performance del Gruppo nell'integrare tali tematiche all'interno delle politiche e strategie aziendali.

Infine, per le categorie Enti di regolamentazione, Media, Associazioni di categoria e Organizzazioni sindacali è stata svolta un'analisi documentale, andando a rintracciare, per parole chiave nei documenti e pagine web pubblicamente disponibili, l'eventuale presenza delle tematiche di sostenibilità prioritarie per Lucart.

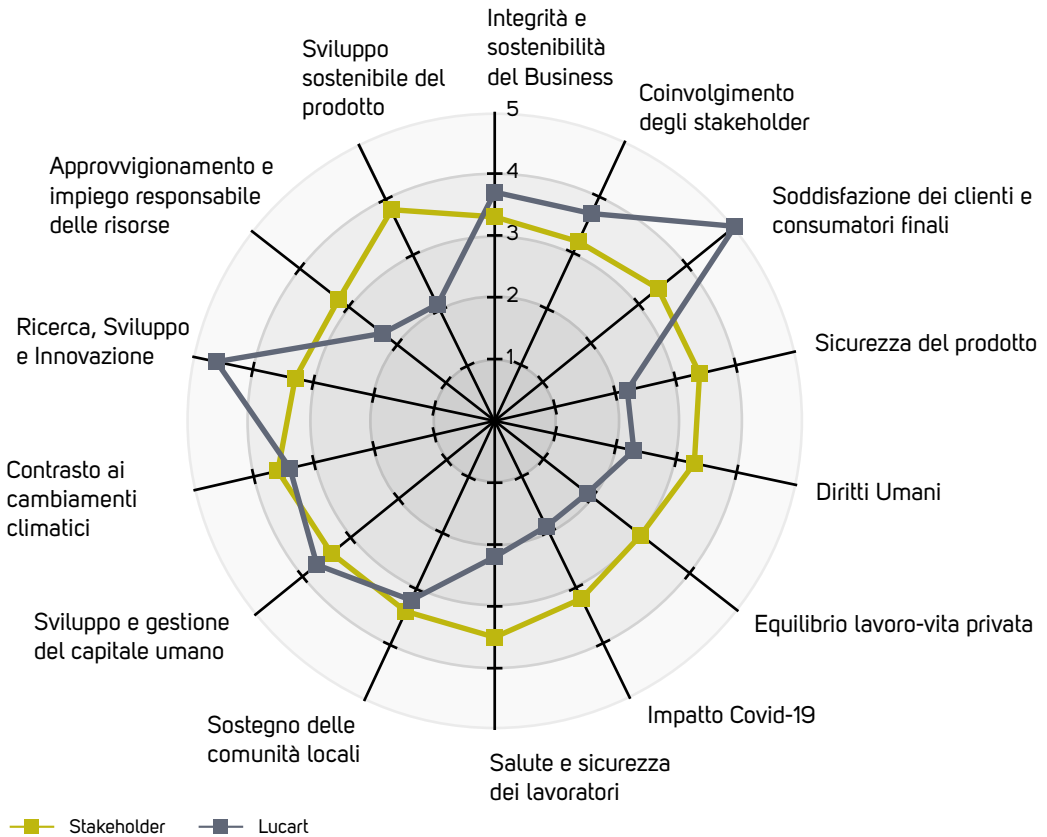
La lista di temi materiali prioritari pubblicata all'interno di tale documento è determinata dagli

impatti che sono risultati essere più significativi internamente a Lucart e mostra le priorità strategiche di carattere non finanziario sulle quali il Gruppo è chiamato a definire una strategia di gestione e monitoraggio sul medio e lungo periodo. Ciascun tema così ordinato è affiancato dal giudizio dei portatori di interesse del Gruppo sulla sua rilevanza e sulla performance di Lucart in merito. A tal proposito, una tematica può avere un alto livello di rilevanza ma la percezione che gli stakeholder hanno, in materia di performance di Lucart, può non essere allineata a tali valori, ponendo l'Azienda nella posizione di interrogarsi sul motivo che porta a tale distorsione e prendere in considerazione l'idea di agire per ridurre tale scarto.

## Lista di temi materiali prioritari

Ambito	Tema materiale	Lucart	Stakeholder
<b>ECONOMICO E GOVERNANCE</b>	Integrità e sostenibilità del Business	3,7	3,3
	Coinvolgimento degli stakeholder	3,7	3,2
	Soddisfazione dei clienti e consumatori finali	5,0	3,4
	Sicurezza del prodotto	2,2	3,4
<b>SOCIALE</b>	Diritti Umani	2,3	3,3
	Equilibrio lavoro-vita privata	1,9	3,0
	Impatto Covid-19	1,9	3,2
	Salute e sicurezza dei lavoratori	2,2	3,5
	Sostegno delle comunità locali	3,2	3,4
	Sviluppo e gestione del capitale umano	3,7	3,4
<b>AMBIENTALE</b>	Contrasto ai cambiamenti climatici	3,4	3,6
	Ricerca, Sviluppo e Innovazione	4,6	3,3
	Approvvigionamento e impiego responsabile delle risorse	2,3	3,2
	Sviluppo sostenibile del prodotto	2,1	3,8

## Analisi di Materialità



Lucart attribuisce massima rilevanza ai temi relativi alla **soddisfazione dei clienti e dei consumatori finali** e alla **ricerca, sviluppo e innovazione** volta a offrire prodotti sempre più sostenibili e di qualità. Il minore punteggio attribuito alle tematiche legate allo **sviluppo sostenibile del prodotto**, e all'**approvvigionamento responsabile delle risorse**, così come alla **salute e la sicurezza dei lavoratori**, va interpretato alla luce dell'esperienza maturata nel corso degli anni nella gestione di tali tematiche: Lucart, infatti, è già da anni impegnata nel garantire

la conduzione di un *business* quanto più possibile sostenibile verso l'ambiente e le persone, pertanto tali tematiche sono a oggi pienamente integrate e gestite dalle varie funzioni preposte. Viceversa, il maggiore punteggio attribuito alle tematiche sociali, e in particolare lo **sviluppo del capitale umano** e il **coinvolgimento degli stakeholder**, denota la necessità percepita dall'azienda di focalizzare gli sforzi su tali aspetti.

I temi ambientali, e in particolare lo **sviluppo sostenibile del prodotto** e il contrasto ai cambiamenti climatici, così come la **salute e la**

**sicurezza dei lavoratori**, sono gli aspetti maggiormente valorizzati dagli stakeholder, in coerenza con la scelta di Lucart di aver approcciato tali tematiche già da diversi anni.

Sia per Lucart sia per i suoi stakeholder l'**equilibrio lavoro-vita privata** risulta essere il tema relativamente meno importante, ciò probabilmente dovuto al fatto che solo in tempi recenti, e in particolare con la pandemia da Covid-19, si è iniziato a percepire tale aspetto come necessità da considerare per il raggiungimento del benessere personale.

# 1.17 GESTIONE DEL RISCHIO

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

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



rischi e incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto;



rischi finanziari.



## RISCHI E INCERTEZZE LEGATI AL BUSINESS, ALL'ORGANIZZAZIONE E AL CONTESTO

### Rischi legati alla pandemia da Coronavirus (Covid-19)

#### RISCHI

La diffusione del Coronavirus è un'emergenza mondiale complessa e senza precedenti nel mondo moderno, con implicazioni a livello sanitario, sociale, politico ed economico.

#### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Gli Amministratori hanno tempestivamente attivato una serie di iniziative per fronteggiare l'emergenza, volte alla salvaguardia della salute dei lavoratori e del business e a contrastarne gli impatti sulla situazione economica e finanziaria del Gruppo.

Sebbene la crisi sembri volgere al termine, il Gruppo è pronto a implementare ulteriori iniziative volte a salvaguardare la redditività e la capacità di adempiere alle obbligazioni assunte, ma non è da escludersi che l'incertezza generata dalla pandemia possa continuare a influenzare negativamente lo sviluppo economico dei nostri mercati geografici di riferimento.





## Rischi legati all'andamento dell'economia globale

### RISCHI

Come per tutte le aziende operanti nel nostro settore, alcuni fattori di costo possono essere controllati in modo solo parziale in quanto sono influenzati dagli andamenti macroeconomici internazionali. Il mercato di riferimento del Gruppo è indirettamente dipendente dalle disponibilità economiche e dalla propensione di spesa dei consumatori, nonché dal generale andamento dell'economia. Eventi di instabilità politica e/o recessione economica in un mercato geografico significativo per le vendite del Gruppo potrebbero avere ripercussioni negative sulla nostra situazione economica, finanziaria e patrimoniale.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

La diversificazione dei mercati geografici, l'ampliamento del portafoglio clienti e del mix prodotti, le politiche di fidelizzazione e di servizio costituiscono azioni concrete di mitigazione del rischio descritto. Per quanto riguarda l'eventuale impatto dell'andamento dell'economia globale sui prezzi di acquisto nei nostri principali fattori della produzione si rimanda al paragrafo relativo al Rischio di Prezzo.

## Rischi di concorrenza

### RISCHI

Il Gruppo, come qualsiasi altra impresa operante nel settore, è soggetto alle azioni di altri produttori che potrebbero causare una contrazione della propria quota di mercato. Il rischio in oggetto è legato alla possibilità che concorrenti possano immettere sul mercato nuovi prodotti concorrenziali rispetto a quelli del Gruppo.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

Non è inoltre da sottovalutare il fatto che il know-how nel trattamento delle fibre cellulosiche di recupero e nel produrre carta riciclata di elevata qualità, acquisito in più di 70 anni di storia, rappresenta un ulteriore importante vantaggio competitivo rispetto a molti concorrenti.

## Rischi legati alla situazione geopolitica

### RISCHI

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

Come ha purtroppo recentemente dimostrato il conflitto tra Russia e Ucraina, questo rischio si può estendere in modo significativo anche ai costi energetici.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

Per quanto riguarda i costi energetici, si rimanda a quanto scritto in merito ai rischi legati ai cambiamenti climatici, ma dobbiamo qui ricordare che un'eventuale interruzione delle forniture di gas o energia elettrica provocherebbe inevitabilmente un arresto degli impianti produttivi coinvolti. Si segnala comunque che le società del Gruppo non hanno esposizioni nelle zone interessate dal conflitto tra Russia e Ucraina.

## Rischi legati ai cambiamenti climatici

### RISCHI

I cambiamenti climatici potrebbero in primo luogo generare danni ai nostri stabilimenti produttivi a causa di fenomeni meteorologici di portata eccezionale. È inoltre molto probabile che la lotta ai cambiamenti climatici comporterà un aumento dei costi energetici.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

Per quanto riguarda gli impatti sui costi energetici, il Gruppo, oltre a perseguire una politica di decarbonizzazione ed efficienza energetica sui propri impianti produttivi, anche attraverso un sempre maggiore ricorso a fonti rinnovabili, effettua specifiche coperture, ove opportuno, per proteggersi da eventuali repentini incrementi nei costi dell'energia.

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

I danni da eventi atmosferici sono coperti anche da un'apposita polizza assicurativa.

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

### RISCHI

Le normative e i regolamenti nazionali e comunitari possono impattare in modo significativo in vari ambiti dell'attività delle aziende del Gruppo, come ad esempio la sicurezza, la tutela ambientale, gli aspetti fiscali e doganali, il diritto del lavoro, ecc.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

I manager del Gruppo Lucart, anche tramite il supporto dell'ufficio legale del Gruppo, la partecipazione alle associazioni di categoria e il continuo confronto con consulenti ed esperti di settore, si occupano dell'analisi dei rischi legati a obblighi normativi e regolamentari nel proprio ambito di competenza.

La società Lucart S.p.A. ha adottato il modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione dei reati presupposti di cui al D.Lgs. 231/2001 con la creazione di un Organismo di Vigilanza a ciò preposto. Nel 2022 il modello organizzativo è stato revisionato per aggiornarlo ai cambiamenti dell'organizzazione e ai più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali. Da segnalare che per garantire il corretto comportamento dei propri dipendenti in tutti i contesti sono stati definiti e adottati un codice etico e una policy anticorruzione di Gruppo.

## Rischi connessi a contenziosi e passività potenziali

### RISCHI

Eventuali contenziosi con clienti, fornitori, dipendenti o altri attori, possono generare passività potenziali che devono essere opportunamente stimate e valutate.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Il Gruppo attraverso il proprio ufficio legale interno, ma su tematiche specifiche anche attraverso il supporto di professionisti esterni, valuta tutti i possibili rischi connessi a contenziosi legali, definendo caso per caso, la necessità di eventuali accantonamenti a fondi rischi.

## Rischi informatici

### RISCHI

Questa è una tematica la cui rilevanza è cresciuta molto negli ultimi anni, come pure le casistiche note di aziende che hanno subito attacchi informatici con conseguenti impatti negativi sulla continuità dell'attività operativa e produttiva o addirittura la necessità di pagare "riscatti".

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Il Gruppo, attraverso il proprio reparto IT, ha identificato le principali aree di rischio e implementato adeguati strumenti di protezione. Essendo questa una tematica in continua evoluzione, il monitoraggio dei rischi informatici è fatto in modo costante e continuativo.

Il Gruppo ha anche stipulato un'apposita polizza assicurativa a copertura di eventuali danni generati da "attacchi" informatici, inoltre, nel corso del 2021 è stato introdotto un servizio di monitoraggio 24x7 degli attacchi informatici con la *practice cybersecurity* di Deloitte.

## Rischi di prodotto

### RISCHI

Benché la maggior parte dei nostri prodotti abbia limitati rischi relativi a eventuali problemi qualitativi, nocività, pericolosità d'uso o scadenza, non è comunque possibile escludere a priori il rischio di resi o necessità di richiami, con conseguenti danni di immagine o, nel peggiore dei casi, contenziosi in caso di rischio per il cliente.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Il Gruppo ha definito il campo di applicazione dei sistemi di gestione qualità, ambiente e sicurezza prodotto, all'interno del quale applicare i processi di risk management per l'identificazione e la valutazione dei relativi rischi.

Sulla base dell'esito della valutazione, la Direzione valuta la necessità di attuare eventuali misure di monitoraggio e/o mitigazione del rischio specifico.



## RISCHI FINANZIARI

### Rischio di mercato

#### RISCHI

Il rischio di mercato è il rischio relativo agli effetti imprevisi sul valore di mercato di attività e passività generati da variazioni avverse dei prezzi di mercato.

Il rischio di mercato comprende tre tipi di rischio: il rischio di prezzo, il rischio di tasso di cambio e il rischio di tasso di interesse.

#### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Con lo scopo di mitigare l'impatto dei rischi finanziari di mercato sui risultati economici e patrimoniali, il Gruppo regolarmente monitora le esposizioni ai rischi e ricorre a strumenti, prevalentemente derivati, di copertura (*hedging*).

I rischi finanziari di mercato sono supervisionati da un comitato costituito nel corso dell'esercizio 2022, per assicurare che l'esposizione al rischio complessiva non ecceda le capacità patrimoniali ed economiche del Gruppo, con l'obiettivo di garantire performance sostenibili nel lungo periodo.

Il Gruppo ha, inoltre, implementato nel corso dell'esercizio una procedura per la gestione e il monitoraggio dei rischi finanziari di mercato definendo anche ruoli e responsabilità nell'ambito dell'organizzazione e le attività di copertura consentite.

I rischi finanziari e gli strumenti di copertura sono gestiti e monitorati centralmente attraverso la costituita funzione di Tesoreria di Gruppo.

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

#### RISCHI

Le principali materie prime da noi utilizzate sono le fibre di cellulosa vergine e riciclata (carta da macero), il cui prezzo di mercato è determinato dall'andamento della domanda e offerta a livello mondiale.

#### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

La nostra politica di approvvigionamento prevede un'accurata selezione e differenziazione dei fornitori e la continua ricerca di materie prime e fonti alternative e si basa su rapporti di fornitura consolidati con primari fornitori.

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

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

## Rischio di tasso di cambio

### RISCHI

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

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

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

Il rischio di oscillazione dei cambi è coperto principalmente mediante opzioni o contratti di acquisto a termine.

## Rischio di tasso di interesse

### RISCHI

Il Gruppo Lucart utilizza risorse finanziarie esterne sotto forma di debito e impiega le liquidità disponibili in depositi bancari.

Variazioni nei livelli dei tassi d'interesse di mercato influenzano il costo e il rendimento delle varie forme di finanziamento e di impiego, incidendo pertanto sul livello degli oneri e dei proventi finanziari.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

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

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

Nell'ambito del piano di crescita e di sviluppo del Gruppo Lucart in ottica ESG e di economia circolare, nel corso dell'esercizio 2022 è stato finalizzato, con un primario istituto bancario, un innovativo contratto di copertura del rischio tasso che incorpora obiettivi ESG su un finanziamento assistito da Garanzia Green di Sace.

Tale strumento prevede una "premierità" nel caso di raggiungimento dei target ESG e una penalità con destinazione sociale (donazione a un ente no-profit) nel caso di mancato raggiungimento degli stessi.

## Rischio di credito

### RISCHI

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

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

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

Inoltre, una buona parte dei nostri clienti sono rappresentati da realtà internazionali e da strutture appartenenti al canale della Distribuzione Organizzata, per le quali sono disponibili sul mercato informazioni tempestive riguardanti l'andamento economico/finanziario.

Tuttavia, la difficile situazione economico finanziaria mondiale ha generato la riduzione di molti affidamenti e pertanto la solvibilità dei clienti viene attentamente valutata anche dai nostri addetti alla gestione del credito, che in alcuni casi possono concedere un extra-fido rispetto a quello garantito dalla società di assicurazione.

Per completezza si evidenzia che nel corso del 2022 non sono state riscontrate significative perdite su crediti.



## Rischio di liquidità

### RISCHI

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

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

Significativi **fattori esterni** che possono influenzare la disponibilità di adeguate risorse finanziarie per il Gruppo sono rappresentati dall'andamento del mercato del credito a livello internazionale, che è strettamente collegato all'andamento dell'economia globale, e dagli effetti della crisi energetica generata dal conflitto tra Russia e Ucraina, di cui abbiamo già ampiamente parlato nei paragrafi precedenti.

### AZIONI DI RIDUZIONE DEL RISCHIO

Per quanto riguarda i fattori interni, il Gruppo Lucart monitora costantemente l'andamento delle disponibilità liquide, dei flussi finanziari (consuntivi e previsionali) e delle linee disponibili attraverso adeguati report di tesoreria.

Relativamente ai fattori esterni, l'andamento dei costi delle materie prime e dell'energia nel corso del 2022 ha indubbiamente determinato un assorbimento di liquidità nella gestione operativa, che il Gruppo ha fronteggiato sia con una più oculata gestione degli stock e degli acquisti, sia con la revisione in aumento dei listini di vendita.

Nella prima parte del 2022 sono inoltre stati rinegoziati i principali contratti di finanziamento al fine di adeguare le linee di credito agli obiettivi strategici di investimento e crescita previsti per i prossimi anni.

In ogni caso, laddove le necessità di liquidità lo dovessero richiedere, anche al fine di rispettare i livelli dei parametri finanziari previsti dai contratti in essere, la direzione rivedrà la tempistica degli investimenti da effettuare, rimodulandola in coerenza con i piani di sviluppo, confermando comunque gli interventi volti a mantenere elevati livelli di efficienza produttiva e qualità.

Si segnala infine che a oggi il Gruppo dispone di linee di credito su differenti istituti adeguate alle esigenze di liquidità (si segnalano affidamenti disponibili su linea a revoca per circa 36 milioni di euro al 31/12/2022), anche alla luce della struttura patrimoniale del Gruppo e del bilanciamento tra fonti ed impieghi a breve e medio/lungo termine.

Conseguentemente, la Direzione stima che, alla luce delle ipotesi di andamento del mercato di riferimento e dei dati economico-finanziari attesi per i prossimi esercizi, il Gruppo abbia la capacità di adempiere alle obbligazioni assunte in un orizzonte prevedibile.

## Protezione Dati Personali e Privacy

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

The background features a stylized illustration of a tree with thick, golden-brown branches and various shades of teal and green leaves. A prominent white and light green curved line arches across the middle of the page, framing the text.

**#  
love  
your  
self**





# Le Persone

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

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

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



## 2.1 PRINCIPI



### CONDIVISIONE

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



### CURA

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



### RESPONSABILITÀ

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



### VISIONE

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

## 2.2 PIANO DI COMUNICAZIONE

Tipo stakeholder e tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
<b>Clienti e consumatori finali</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sviluppo sostenibile del prodotto ☉ Approvvigionamento responsabile ☉ Sicurezza del Prodotto ☉ Soddisfazione dei clienti	Newsletter	• Direzione Commerciale	Mensile	Analytics
	Convention	• Direzione Marketing	Annuale	Q&A
	Incontri	• Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	Survey	• Direzione Marketing • Direzione Commerciale	Annuale	Analytics
	Sito Web	• Direzione Marketing • Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Agenti	• Direzione Commerciale	Varia	Q&A
	App Mobile	• Direzione Marketing	Continua	Analytics
	Social Network	• Direzione Marketing • Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Visite Guidate Stabilimento	• Direzione Commerciale • Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori
	Comunicati Stampa	• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Fiere	• Direzione Commerciale • Direzione Marketing • Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Numero Verde	• Direzione Marketing	Continua	N° Chiamate
	Packaging Prodotto	• Direzione Marketing	Continua	_
	Cataloghi	• Direzione Marketing	Annuale	_
	<b>Azionisti e finanziatori</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sviluppo sostenibile del prodotto ☉ Approvvigionamento responsabile ☉ Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Comunicazioni Commerciali	• Direzione Marketing	Varia
Certificazioni		• Direzione Q&E	Continua	_
Rapporto di Sostenibilità		• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
Comunicati Stampa		• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
Contatti Diretti		• CDA • Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
Sito Web		• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
Social Network		• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
Incontri Dedicati		• CDA • Direzione Finanziaria	Varia	Q&A
Survey	• Comunicazione Corporate • Direzione Finanziaria	Varia	Analytics	
Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download	

Tipo stakeholder e tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
<b>Dipendenti</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Salute e sicurezza dei lavoratori ☉ Diritti Umani ☉ Sviluppo del capitale umano ☉ Equilibrio lavoro-vita privata	Newsletter	• Comunicazione Corporate	Mensile	Analytics
	Bacheche e Affissioni	• Direzione Stabilimento • Comunicazione Corporate • Direzione HR	Continua	–
	Gruppi di Lavoro	• Tutte le funzioni	Varia	Q&A
	Survey	• Direzione HR • Comunicazione Corporate	Annuale	Analytics
	Social Network	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Intranet	• Direzione HR	Continua	Analytics
	Sito Web	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Comunicati Stampa	• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download	
<b>Fornitori</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sviluppo sostenibile del prodotto ☉ Approvvigionamento responsabile ☉ Diritti Umani	Sito Web	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Incontri Dedicati	• Direzione Acquisti	Varia	Q&A
	Contatti Diretti	• Direzione Acquisti	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Survey	• Comunicazione Corporate • Direzione Acquisti	Varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
<b>Comunità Locale</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Salute e sicurezza dei lavoratori ☉ Diritti Umani ☉ Sostegno delle comunità locali	Comunicati Stampa	• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	Sito Web	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Social Network	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	• Comunicazione Corporate • Direzione Stabilimento	Varia	Q&A
	Survey	• Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Visite Guidate Stabilimento	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Visitatori

Tipo stakeholder e tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
<b>Enti di regolamentazione</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Approvvigionamento responsabile ☉ Salute e sicurezza dei lavoratori ☉ Sicurezza del Prodotto ☉ Diritti Umani ☉ Sostegno delle comunità locali ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici	Contatti Diretti	• Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	• Direzione di Funzione	Varia	Q&A
	Sito Web	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	Audit	• Direzione di Funzione • Direzione Stabilimento	Annuale	Report
	Comunicati Stampa	• Comunicazione Corporate	Varia	Diffusione
	Social Network	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
<b>Media</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sicurezza del Prodotto ☉ Diritti Umani ☉ Sostegno delle comunità locali ☉ Approvvigionamento responsabile	Contatti Diretti	• Comunicazione Corporate • Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Incontri	• Comunicazione Corporate • Direzioni Marketing	Varia	Q&A
	Sito Web	• Comunicazione Corporate • Direzioni Marketing	Continua	Analytics
	Survey	• Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download
	Contatti Diretti	• Direzione di Funzione • Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	• Direzione di Funzione • Comunicazione Corporate	Varia	Q&A
<b>Scuole/università ed enti di ricerca</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sviluppo del capitale umano ☉ Sostegno delle comunità locali ☉ Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Visite Guidate Stabilimento	• Direzione di Funzione • Comunicazione Corporate	Varia	N° Visitatori
	Survey	• Comunicazione Corporate	Varia	Analytics
	Sito Web	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Gruppi di Lavoro	• Direzione di Funzione	Varia	Obiettivi Progetto
	Social Network	• Comunicazione Corporate	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	• Comunicazione Corporate	Annuale	N° Download

Tipo stakeholder e tematiche materiali	Mezzo di comunicazione	Responsabilità	Frequenza	Tipo verifica
<b>Associazioni di categoria</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Sviluppo del capitale umano	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione di Funzione</li> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	Q&A
	Incontri Dedicati	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> <li>Direzione di Funzione</li> </ul>	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	Diffusione
	Sito Web	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Continua	Analytics
	Social Network	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Continua	Analytics
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Annuale	N° Download
	Gruppi di Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione di Funzione</li> </ul>	Varia	Q&A
<b>Organizzazioni sindacali</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Salute e sicurezza dei lavoratori ☉ Sviluppo del capitale umano ☉ Diritti Umani	Incontri Dedicati	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione HR</li> <li>Direzione Stabilimento</li> </ul>	Varia	Q&A
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	Diffusione
	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione HR</li> </ul>	Varia	Q&A
	Gruppi di Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione HR</li> </ul>	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	N° Download
	Bacheche	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direzione HR</li> </ul>	Varia	_
	Comunicati Stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	Diffusione
<b>ONG</b> ☉ Integrità e sostenibilità del Business ☉ Coinvolgimento degli stakeholder ☉ Contrasto ai cambiamenti climatici ☉ Approvvigionamento responsabile ☉ Diritti Umani ☉ Sostegno delle comunità locali	Sito Web	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Continua	Analytics
	Social Network	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Continua	Analytics
	Contatti Diretti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	Q&A
	Rapporto di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Annuale	N° Download
	Visite Guidate Stabilimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione Corporate</li> </ul>	Varia	N° Visitatori

## Principali tipologie e canali di comunicazione con gli stakeholder

Oltre all'attività di stakeholder engagement svolta ai fini della lista di temi materiali prioritari, Lucart svolge diverse attività di coinvolgimento degli stakeholder. In particolare, i canali di informazione con i diversi stakeholder hanno periodicità di aggiornamento diverse che possono essere settimanali per il sito web e i social network, mensili o trimestrali per alcuni incontri su temi specifici con le organizzazioni sindacali o annuali per survey, visite guidate negli stabilimenti, open day, convention agenti.

## 2.3 RELAZIONI CON IL PERSONALE

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

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

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

Nel 2022 il rapporto tra la retribuzione annua totale massima e la retribuzione mediana degli altri dipendenti (esclusa la persona che riceve la retribuzione massima) è stato pari a 6,03.



### FORMAZIONE E COMPETENZE TECNICHE TRASVERSALI

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

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

In base ai criteri di priorità formativa ed equità della distribuzione delle risorse, la Direzione Risorse Umane pianifica le azioni formative da implementare, scegliendo i Professionisti idonei con i quali andrà a definire i contenuti specifici e gestirà gli aspetti organizzativi dell'intervento.

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



Risorse Umane di concerto con i Responsabili di funzione.

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



#### BEST PRACTICE

Tutti gli impiegati e manager neo-assunti ricevono un **percorso di induction di quattro settimane** (c.d. "onboarding weeks"), previste in diversi periodi dell'anno. Ogni settimana è dedicata a uno dei quattro punti fondamentali della people strategy di Lucart: **sharing, caring, accountability** e **vision**.

Durante gli incontri di onboarding il dipendente ha modo di conoscere concretamente la vision dell'azienda, l'impegno verso la sostenibilità, le particolarità e le sfide del nostro business; il tutto attraverso il racconto diretto di responsabili e colleghi delle diverse Funzioni aziendali.

## LUCART ACADEMY

L'idea del progetto Lucart Academy, nato con lo scopo di rafforzare le competenze dei giovani ingegneri Lucart su tematiche tecniche e gestionali grazie a tutor interni individuati principalmente nelle aree di Manufacturing, Engineering e R&D, è stato lanciato a fine 2019.

A partire da settembre 2020 i primi sette partecipanti hanno iniziato a seguire le lezioni guidati dai docenti Lucart. I giovani ingegneri sono affiancati da esperti tecnici aziendali che li seguono in aula, nei dipartimenti aziendali (affiancamento On The Job) e mediante lezioni virtuali, in

accordo con la normativa vigente e i protocolli aziendali in materia di sicurezza Covid-19.

Nelle prime 90 ore di lezione sono state affrontate le tematiche trasversali relative all'organizzazione e ai valori aziendali, ai processi industriali, alla sostenibilità e al posizionamento commerciale. Nel corso del 2021 il percorso formativo è stato completato portando a termine quattro progetti di miglioramento tecnico e produttivo.

Nel 2022 la formazione dell'Academy si è focalizzata sugli

aspetti di managerialità e sviluppo della leadership, al fine di fornire ai partecipanti le competenze necessarie alla gestione efficace dei collaboratori e le relazioni interfunzionali. Sempre nel 2022 è stato completato un importante percorso formativo su tutte le Società del Gruppo sul tema della Cybersecurity.







## VALUTAZIONE DELLE COMPETENZE

Lucart crede fermamente che esplicitare e formalizzare il processo di valutazione delle competenze dei collaboratori porti un significativo valore aggiunto all'interno dell'organizzazione: è un atto di trasparenza, chiarezza e lealtà che aiuta l'organizzazione e le persone che ne fanno parte, ad avere piena consapevolezza dei valori in cui crede e degli stili relazionali che intende promuovere per migliorare il benessere delle persone e le loro performance.

Per Lucart, quindi, la valutazione delle Risorse Umane è un processo attraverso il quale le persone si orientano e possono valorizzare le competenze distintive utili, migliorarne i risultati e accrescere il valore del capitale umano.

La valutazione delle competenze (Skill Mapping) è il processo di valutazione delle soft e technical skill dei dipendenti Lucart con l'obiettivo di individuare sia eventuali aree di miglioramento sia punti di forza da valorizzare,

ma anche di orientamento delle persone ai comportamenti ritenuti strategici dall'Azienda (Evaluation e Improvement).

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

Nell'anno 2022 il processo non è stato eseguito in Italia a causa della migrazione a un nuovo software per la gestione delle Risorse Umane. Questo nuovo software permetterà un'integrazione e standardizzazione di gruppo di tutti i processi HR aziendali compreso

il processo di valutazione delle competenze. In preparazione al nuovo gestionale, che vedrà la sua introduzione per il 2023 per tutto il Gruppo, Lucart ha quindi apportato la seguente modifica: lo schema di valutazione è stato semplificato e personalizzato rispetto alle edizioni precedenti, inserendo i riferimenti ai valori aziendali e alle competenze tecniche dei ruoli aziendali. Rimane la possibilità di un'autovalutazione da parte dei collaboratori, che in una seconda fase, verranno valutati dal proprio responsabile.

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

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

Qualifica	Anno	M	F
MANAGER	2020	14%	25%
	2021	13%	5%
	<b>2022</b>	<b>28%</b>	<b>61%</b>
IMPIEGATI	2020	13%	19%
	2021	14%	6%
	<b>2022</b>	<b>23%</b>	<b>20%</b>
OPERAI	2020	15%	41%
	2021	9%	30%
	<b>2022</b>	<b>21%</b>	<b>54%</b>

## LAVORO AGILE (SMARTWORKING)

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

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

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

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

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

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

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



## 2.4 STRUTTURA DEL PERSONALE LUCART

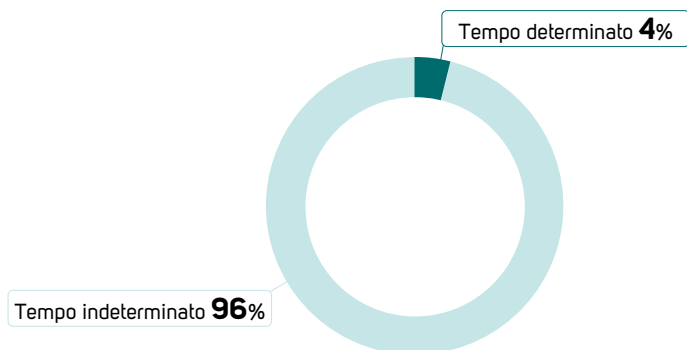
I dati riportati nelle seguenti tabelle si riferiscono alla struttura societaria al 31 dicembre 2022.

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

Tipo di contratto	Anno	M	F	Tot.
<b>TEMPO DETERMINATO</b>	2020	64	16	80
	2021	83	21	104
	<b>2022</b>	<b>55</b>	<b>18</b>	<b>73</b>
<b>TEMPO INDETERMINATO</b>	2020	1.325	178	1.503
	2021	1.392	207	1.599
	<b>2022</b>	<b>1.422</b>	<b>216</b>	<b>1.638</b>

Nel 2022 il numero di lavoratori non dipendenti del Gruppo Lucart è pari a 221 di cui 208 in somministrazione e 13 in tirocinio.

### % Dipendenti per tipologia contrattuale



### Distribuzione geografica dei dipendenti per tipologia contrattuale

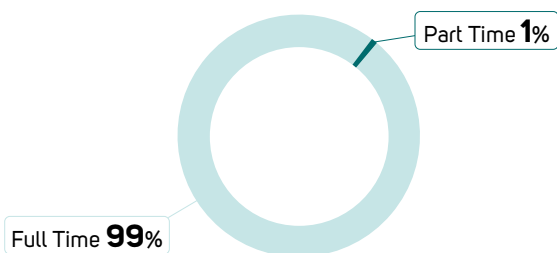
Tipo di contratto	Anno	Italia	Ungheria	Germania	Francia	Spagna	UK	Slovenia	Tot.
<b>TEMPO DETERMINATO</b>	2020	6	0	0	20	54	-	0	80
	2021	11	0	0	49	44	0	0	104
	<b>2022</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>73</b>
<b>TEMPO INDETERMINATO</b>	2020	969	89	5	268	172	-	0	1.503
	2021	970	85	6	275	177	83	3	1.599
	<b>2022</b>	<b>978</b>	<b>73</b>	<b>5</b>	<b>287</b>	<b>199</b>	<b>92</b>	<b>4</b>	<b>1.638</b>

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

Tipo di contratto	Anno	M	F	Tot.
PART TIME	2020	14	18	32
	2021	9	17	26
	<b>2022</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>19</b>
FULL TIME	2020	1.375	176	1.551
	2021	1.466	211	1.677
	<b>2022</b>	<b>1.471</b>	<b>221</b>	<b>1.692</b>

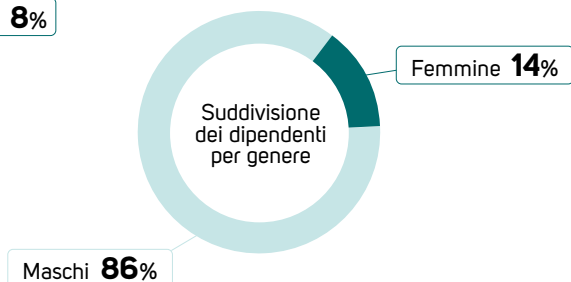
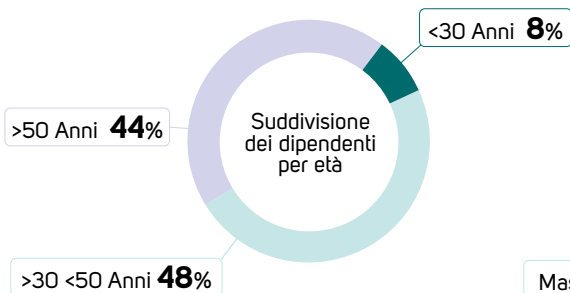
## % Dipendenti part time e full time

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



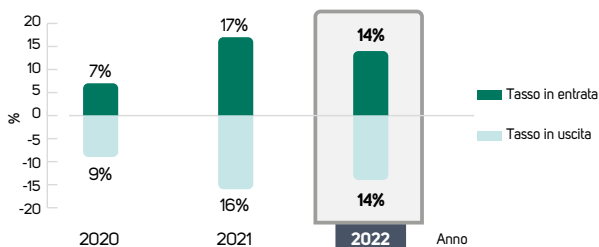
## Suddivisione dei dipendenti per età, qualifica e genere

Qualifica	Anno	<30 Anni		>30-50< Anni		>50 Anni		Tot.
		M	F	M	F	M	F	
MANAGER	2020	0	1	63	11	49	4	128
	2021	0	1	75	14	59	7	156
	<b>2022</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>15</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>154</b>
IMPIEGATI	2020	20	10	158	82	78	28	376
	2021	18	14	146	86	90	30	384
	<b>2022</b>	<b>23</b>	<b>10</b>	<b>149</b>	<b>87</b>	<b>91</b>	<b>34</b>	<b>394</b>
OPERAI	2020	63	5	562	30	396	23	1.079
	2021	79	21	558	37	442	23	1.160
	<b>2022</b>	<b>86</b>	<b>12</b>	<b>518</b>	<b>44</b>	<b>477</b>	<b>26</b>	<b>1.163</b>



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

Area	Anno	<30 Anni				>30-50< Anni				>50 Anni				Tot. <sup>1</sup>	
		M		F		M		F		M		F		in	out
		in	out	in	out	in	out	in	out	in	out	in	out		
ITALIA	2020	3	14	4	3	7	12	1	2	2	24	0	0	17	55
		8%	39%	80%	60%	1%	3%	2%	3%	1%	6%	0%	0%	2%	6%
	2021	38	29	4	4	37	28	3	4	6	28	0	2	88	95
		4%	3%	0%	0%	4%	3%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	9%	10%
	2022	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>51</b>	<b>52</b>
		<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
FRANCIA	2020	8	11	5	7	16	7	4	2	1	11	2	2	36	40
		38%	52%	71%	100%	13%	6%	15%	7%	1%	13%	8%	8%	13%	14%
	2021	35	19	23	17	29	19	9	8	14	11	4	4	114	78
		11%	6%	7%	5%	9%	6%	3%	3%	4%	3%	1%	1%	35%	24%
	2022	<b>45</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>106</b>	<b>93</b>
		<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>31%</b>	<b>28%</b>
UNGHERIA	2020	3	2	1	1	13	8	5	5	0	2	1	4	23	22
		27%	18%	100%	100%	34%	21%	29%	29%	0%	13%	17%	67%	26%	25%
	2021	2	4	1	1	6	12	3	7	4	7	2	4	18	35
		2%	5%	1%	1%	7%	14%	4%	8%	5%	8%	2%	5%	21%	41%
	2022	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>25</b>	<b>33</b>
		<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>12%</b>	<b>16%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>12%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>34%</b>	<b>45%</b>
SPAGNA	2020	8	3	2	1	25	6	3	1	3	13	0	3	41	27
		57%	21%	67%	33%	17%	4%	23%	8%	7%	32%	0%	38%	18%	12%
	2021	3	6	0	2	21	17	4	1	5	11	1	2	34	39
		1%	3%	0%	1%	10%	8%	2%	1%	2%	5%	1%	1%	15%	18%
	2022	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
		<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>
GERMANIA	2020	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
		0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%
	2021	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	2	1
		0%	0%	0%	0%	17%	17%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	33%	17%
	2022	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
		<b>0%</b>	<b>20%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>20%</b>
REGNO UNITO	2021	2	8	1	1	8	9	2	0	1	5	1	0	15	23
		2%	10%	1%	1%	10%	11%	2%	0%	1%	6%	1%	0%	18%	28%
	2022	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>25</b>
		<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>15%</b>	<b>27%</b>
SLOVENIA	2021	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	2022	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
		<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>



<sup>1</sup> Tutti i tassi calcolati per Paese sono calcolati utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti a livello Paese.

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

Qualifica	Anno	M	F	Tot.
MANAGER	2020	9,1	23,6	10,9
	2021	13,4	11,7	13,1
	<b>2022</b>	<b>16,5</b>	<b>19,1</b>	<b>16,9</b>
IMPIEGATI	2020	7,4	6,2	7,0
	2021	13,0	10,3	12,1
	<b>2022</b>	<b>12,7</b>	<b>6,9</b>	<b>10,8</b>
OPERAI	2020	1,9	4,3	2,0
	2021	6,7	1,3	6,3
	<b>2022</b>	<b>7,1</b>	<b>16,8</b>	<b>7,8</b>

### Congedo di maternità/paternità

	2021			2022		
	M	F	Tot.	M	F	Tot.
Numero totale dei dipendenti con diritto al congedo parentale	1.474	226	1.700	<b>1.479</b>	<b>232</b>	<b>1.711</b>
Numero totale dei dipendenti che hanno goduto del congedo parentale	27	9	36	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>30</b>
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale	26	4	30	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>30</b>
Numero totale dei dipendenti che sono rientrati al lavoro al termine del periodo di congedo parentale e che sono ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro	20	4	24	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>28</b>
Percentuale dei dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale	96%	44%	83%	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Tasso di permanenza	91%	80%	89%	<b>100%</b>	<b>50%</b>	<b>93%</b>

## 2.5 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

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

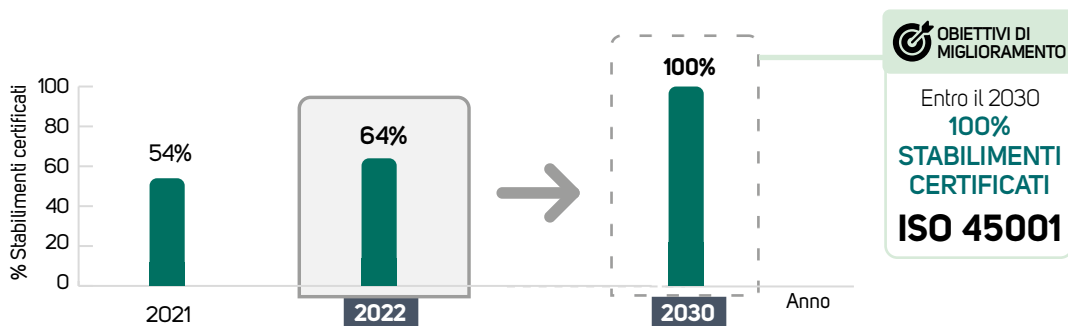
Nel 2022 lo stabilimento di Blackmore Park nel Regno Unito ha ottenuto la certificazione ISO 45001:2018. Anche gli altri stabilimenti del Gruppo adottano un identico sistema di gestione integrato.

Il crescente coinvolgimento dei lavoratori e la loro costante sensibilizzazione sulle tematiche relative alla sicurezza in azienda hanno condotto a una ulteriore riduzione degli indici di frequenza e gravità degli infortuni. Il consolidamento di positive relazioni

con le organizzazioni sindacali di stabilimento e territoriali ha reso possibile, di comune accordo, il perseguimento di target sempre più ambiziosi per la sicurezza sul lavoro e la tutela della salute dei lavoratori.

In maniera continuativa le Risorse Umane hanno portato avanti, attraverso una forte sinergia con l'area sicurezza, l'aggiornamento dei programmi di formazione previsti dall'Accordo Stato Regioni del 2011-2012 e s.m.i. per tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo.

### Stabilimenti Certificati ISO 45001



### FORMAZIONE PER LA SICUREZZA SUL LAVORO

Lucart fornisce e garantisce ai propri dipendenti un adeguato ciclo formativo sul tema della sicurezza sul lavoro. Al momento dell'ingresso del nuovo dipendente in azienda, a seconda del gruppo omogeneo di appartenenza (individuato dal documento di valutazione dei rischi), viene pianificata la formazione necessaria.

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

Il Servizio di Protezione e Prevenzione di Stabilimento informa

la Direzione Risorse Umane delle attività che svolgerà il nuovo assunto.

L'Azienda ha individuato dei "Ruoli di Sicurezza" ai quali è associato un percorso formativo mirato che la Direzione Risorse Umane attiverà per la risorsa specifica. I lavoratori ricevono quindi sia la

formazione obbligatoria di base sia gli aggiornamenti richiesti dalla normativa vigente.

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



Periodicamente viene riunito il **Comitato di Sicurezza** al quale partecipano tutti gli attori<sup>4</sup> principali, a partire dal Datore di Lavoro; il comitato esamina i risultati confrontandoli con gli obiettivi e definisce le azioni strategiche e operative necessarie. Ogni Stabilimento è poi dotato di strumenti di analisi e controllo ben definiti quali i **Safety Meeting**, gli **Audit** per reparto e area, i **Programmi di Miglioramento** e di **Formazione**. Ai Safety Meeting partecipano inoltre le Rappresentanze Sindacali dei singoli stabilimenti.

Gli infortuni, in particolare, sono controllati su tutti gli stabilimenti del Gruppo tramite una registrazione degli indicatori di riferimento, quali il **NUMERO** di INFORTUNI nel periodo, gli **INDICI** di FREQUENZA<sup>1</sup> e di GRAVITÀ<sup>2</sup>.

Particolare attenzione viene dedicata alla registrazione e all'analisi dei mancati infortuni in modo da progettare e attuare le azioni correttive necessarie

secondo il principio di prevenzione.

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

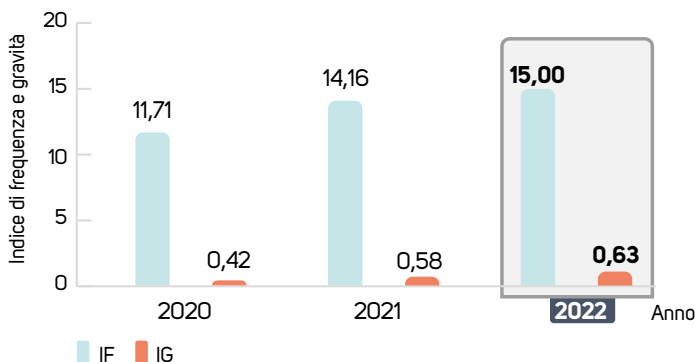
Si riportano di seguito gli andamenti degli indicatori IF (indice di frequenza) e IG (indice di gravità) per tutti gli Stabilimenti produttivi del Gruppo Lucart.

### Numero Infortuni e Indici Infortunistici<sup>3</sup> 2022

Unità Produttiva	Numero infortuni totale	Numero infortuni >180 gg	IF	IG
ITALIA	20	1	12,69	0,73
FRANCIA	14	2	26,09	0,72
SPAGNA	6	0	18,24	0,36
UNGHERIA	1	0	6,79	0,36
UK	0	0	0	0
GERMANIA	0	0	0	0
SLOVENIA	0	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>41</b>	<b>3</b>	<b>15,00</b>	<b>0,63</b>

Si segnala inoltre che, a fronte di 2.733.752 ore lavorate dai dipendenti del Gruppo, il tasso di infortuni >180gg è pari a 1,10. Per i lavoratori non dipendenti si registra 1 solo infortunio non grave a fronte di 136.022 ore lavorate per un tasso pari a 7,35. Non si registrano decessi.

### Indici di Frequenza e Gravità



### "Obiettivo Zero"

Negli ultimi anni in tutti gli stabilimenti italiani sono stati conseguiti numerosi successi nel percorso di abbattimento degli infortuni sul lavoro e anche nel 2022 Lucart si è confermata azienda virtuosa in tale ambito con lo stabilimento di Avigliano che ha centrato per il nono anno consecutivo il prestigioso "Obiettivo Zero".

<sup>1</sup> Indice di Frequenza (IF): Numero di infortuni/Ore lavorate x 1.000.000.

<sup>2</sup> Indice di Gravità (IG): Giorni di assenza per infortuni/Ore lavorate x 1.000.

<sup>3</sup> Per uniformità con la legge italiana, gli indici infortunistici tengono conto dei soli infortuni con assenza superiore ai 3 giorni e non includono gli infortuni in itinere. Nel periodo rendicontato si sono verificati solo due infortuni con assenza inferiore a 3 giorni: uno in Italia e uno in Francia.

<sup>4</sup> Il comitato di Sicurezza è composto da: gli Amministratori delle società del Gruppo, il Chief Operations Officer, i delegati sicurezza, gli RSPP/ASPP degli stabilimenti italiani, i referenti sicurezza delle altre società del Gruppo, il Chief HR Officer, il Legal Counsel, il Chief Technology Officer, l'Organismo di Vigilanza.





**Avigliano: più di 3.600 giorni senza infurtuni**

Una menzione speciale va sicuramente allo stabilimento di Avigliano che ha superato i 3.600 giorni senza infurtuni. Le soluzioni adottate nello stabilimento per una efficace prevenzione degli infurtuni sono state implementate come standard di riferimento per tutti gli altri siti del Gruppo.



**Campagna "Segui la Sicurezza"**

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

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



## 2.6 RELAZIONI CON GLI ALTRI STAKEHOLDER

**Le relazioni con gli stakeholder dell'Azienda (clienti e consumatori finali, azionisti e finanziatori, dipendenti, fornitori, comunità locale, media, organizzazioni sindacali, enti di regolamentazione, organizzazioni non governative, associazioni di categoria, scuole/università ed enti di ricerca), sono improntate al rispetto del sistema normativo del Codice Etico di Lucart con i suoi principi di legalità, lealtà, trasparenza, imparzialità e indipendenza. Il dialogo con gli stakeholder si concentra sulle tematiche rilevanti così come individuate dall'Analisi di Materialità descritta nel capitolo 1.**



### CLIENTI E CONSUMATORI FINALI

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

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

qualità dei prodotti e l'offerta di nuove prospettive di business. Tutto questo nella logica di una partnership orientata a soluzioni di avanguardia stabili nel tempo e di semplice utilizzo, che creino valore.

Le attività di comunicazione con i clienti e i consumatori finali, si sono concentrate sulle tematiche individuate come rilevanti secondo

l'analisi di materialità e hanno quindi riguardato in particolare: integrità e sostenibilità del business, contrasto ai cambiamenti climatici, sviluppo sostenibile del prodotto, approvvigionamento responsabile, sicurezza del prodotto, soddisfazione del cliente. Per una analisi di dettaglio si veda il capitolo 4.



### AZIONISTI E FINANZIATORI

Lucart si è da sempre contraddistinta per un rapporto costante e trasparente con gli stakeholder finanziari, promuovendo una partnership finanziaria attiva improntata a una costante condivisione delle strategie aziendali e di investimento per concertare le più adeguate e avanzate soluzioni capaci di fornire supporto ai fabbisogni finanziari. Nel corso del 2022, a fronte della elevata volatilità del mercato delle materie prime creatasi per

effetto del conflitto in Ucraina, pur mitigata da andamenti di business favorevoli per il settore, il livello di condivisione di informazioni rilevanti sugli adeguamenti delle strategie e delle tendenze economiche e finanziarie si è incrementato per frequenza, qualità e profondità al fine di permettere una sempre più forte partnership con gli istituti finanziari (banche e assicurazioni).

Il Gruppo nel 2022 ha siglato finanziamenti sustainability linked per oltre 70 milioni di euro, tali risorse sono finalizzate a supportare l'ambizioso piano di sviluppo e di investimenti e pongono le basi per una ulteriore evoluzione della relazione verso la condivisione di obiettivi strategici di comune interesse, come quelli legati all'approccio integrale verso la sostenibilità ambientale ed economica.

## FORNITORI

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

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

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

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

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

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

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

## Distribuzione Geografica Acquisti

Percentuale di acquisti concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.

Lucart S.p.A.		Lucart S.a.s.		Lucart Tissue & Soap S.L.U.		Lucart Kft.		Lucart Hygiene Ltd.	
<b>ITALIA</b>	<b>62%</b>	<b>FRANCIA</b>	51%	<b>SPAGNA</b>	68%	<b>UNGHERIA</b>	19%	<b>UK</b>	54%
<b>ESTERO</b>	<b>38%</b>	<b>ESTERO</b>	49%	<b>ESTERO</b>	32%	<b>ESTERO</b>	81%	<b>ESTERO</b>	46%



## COMUNITÀ LOCALE

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

Nel 2022, causa pandemia, non è stato possibile organizzare il ciclo di visite degli studenti nei vari stabilimenti. I contatti con le scuole del territorio lucchese, finalizzati allo sviluppo della cultura del riciclo e dell'utilizzo consapevole dei prodotti, sono stati comunque mantenuti sostenendo la partecipazione degli istituti all'iniziativa "Puliamo il Mondo" di Legambiente.



## MEDIA

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

informazioni provenienti dai giornalisti provvedendo a fornire le informazioni richieste. Nel 2022 l'Ufficio Stampa Lucart ha attivamente informato i Media con particolare attenzione alle

tematiche relative alla sostenibilità, all'economia circolare, agli investimenti e alle attività con finalità sociale svolte sul territorio. Per tutte le informazioni di dettaglio è possibile consultare il capitolo 4.

SDGs  | GRI 2-30

## ORGANIZZAZIONI SINDACALI

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

Nelle aziende Italiane del Gruppo viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro "Cartaio e Cartotecnico Industria" e, oltre a questo, sono presenti accordi aziendali di secondo

livello il cui obiettivo è gestire, d'intesa con le rappresentanze dei diversi stabilimenti, le crescenti sfide di business e le esigenze dei lavoratori.

Per far fronte all'emergenza pandemica legata alla diffusione del Covid-19, Lucart ha istituito fin da subito dei comitati di monitoraggio aziendali nei diversi siti produttivi, al fine di garantire una quanto più puntuale e condivisa gestione della criticità sanitaria con le rappresentanze

dei lavoratori nonché l'istituzione di specifici protocolli finalizzati a limitare la diffusione del virus all'interno del perimetro aziendale, pur garantendo la continuità produttiva dei siti.

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



## RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

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

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

La gestione di trattative, l'assunzione di impegni e l'esecuzione di rapporti di qualsivoglia genere con la Pubblica Amministrazione, sono riservati esclusivamente ai soggetti interni, muniti degli appositi poteri, a ciò preposti. Non sono ammesse pratiche e comportamenti collusivi di qualsiasi natura o forma, pratiche di corruzione attiva o passiva.

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

e predisponendo adeguati meccanismi di controllo e di salvaguardia, avvalendosi solo della collaborazione di persone competenti e adeguate.

Qualora la Società utilizzi un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentato nei rapporti verso la Pubblica Amministrazione, nei confronti di tali soggetti e del loro personale si applicano le stesse direttive valide per i dipendenti dell'Ente.

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

GRI 413-1



## CONTRIBUTI, DONAZIONI, SPONSORIZZAZIONI E OMAGGI

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

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

nella conduzione di qualsiasi attività a essa collegabile.

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

Si precisa che tale norma riguarda sia i regali promessi od offerti sia quelli ricevuti, intendendosi per regalo qualsiasi tipo di beneficio (partecipazione gratuita a convegni, promessa di un'offerta di lavoro, utilità o beneficio a vario titolo, ecc.).

Nel 2022 Lucart, ha donato agli ospedali, alle istituzioni locali e alla Croce Rossa numerosi dispositivi di protezione individuale e prodotti in carta, oltre al consueto supporto finanziario alla Fondazione Meyer. Prodotti a uso igienico sanitario sono stati donati ad associazioni attive sul territorio a supporto delle famiglie in difficoltà. Alle scuole del territorio sono stati donati computer per la didattica e prodotti in carta. Numerosi prodotti in carta sono stati donati attraverso la Fondazione Francesca Rava a supporto delle attività conseguenti all'emergenza in Ucraina.





## ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

**Save the Children**

Da diversi anni Lucart ha instaurato una collaborazione con Save the Children, l'Organizzazione Internazionale che da oltre 100 anni lotta per salvare la vita delle bambine e dei bambini e garantire loro un futuro migliore. Lucart ha scelto di sostenere, in particolare, tre importanti progetti dedicati ai bambini e ai loro genitori. A partire dal 2023, oltre a sostenere le iniziative **"Fiocchi in ospedale"** e **"Spazi mamme"**, sosterrà anche i **"Punti Luce"**.



© Emanuela Colombo per Save the Children

## Fiocchi in Ospedale

Fiocchi in Ospedale è un progetto di Save the Children nato nel 2012 per favorire la salute di bambine e bambini e dei loro genitori nei primi 1000 giorni, per ascoltare e accompagnare futuri e neo genitori in un periodo cruciale per lo sviluppo delle capacità cognitive e relazionali di bambine e bambini. Inoltre, il programma prevede il riconoscimento dei servizi più appropriati per rispondere con continuità ai bisogni di tutti i futuri e neo genitori, oltre alla identificazione di particolari fragilità che richiedono interventi in emergenza, come il disagio psicosociale che porta a una diffusa condizione di ansia e disorientamento che spesso non trovano una risposta adeguata e tempestiva. Il progetto Fiocchi in Ospedale è realizzato in collaborazione con Aziende Sanitarie locali, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari e associazioni territoriali di 9 città italiane: Torino, Milano, Pescara, Roma, Napoli, Bari, Sassari, Brindisi, Ancona.



© Housedada per Save the Children

## Spazi Mamme

Gli Spazi Mamme di Save the Children sono luoghi dove i genitori e i loro bambini dagli 0 ai 5 anni possono essere sostenuti gratuitamente nell'individuazione e nel rafforzamento delle proprie competenze, nella gestione delle risorse economiche e nell'emancipazione del nucleo familiare da condizioni di deprivazione. Ma anche il luogo dove i bambini e le bambine possono crescere vivendo esperienze e occasioni di socialità. Obiettivo del progetto è quello di contrastare i fattori che favoriscono l'incremento della povertà minorile e di prevenire il fenomeno della povertà educativa. Tutto questo attraverso l'accompagnamento dei bambini e delle bambine che già vivono una situazione di vulnerabilità nei quartieri più difficili delle nostre città italiane e attraverso percorsi di sostegno personalizzati che vedono coinvolti le famiglie, le comunità e i servizi territoriali.



© Francesco Alesi per Save the Children

## Punti Luce

I Punti Luce di Save the Children sono spazi ad alta densità educativa, che sorgono nei quartieri e nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città per offrire opportunità formative ed educative gratuite a bambine, bambini, ragazze e ragazzi tra i 6 e i 17 anni. All'interno di questi spazi i minori e le famiglie possono usufruire di diverse attività completamente gratuite, tra cui: sostegno allo studio, laboratori artistici, musicali e di educazione alla cittadinanza attiva, promozione della lettura, accesso alle nuove tecnologie, gioco e attività motorie. Si offrono inoltre consulenze legali, psicologiche, pediatriche e di supporto alla genitorialità ai genitori o alle figure adulte di riferimento dei bambini.

**WE SUPPORT**



## Global Compact Network Italia

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



## Kyoto Club

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



## Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

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



UNIVERSITÀ DI PISA

## Università di Pisa

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



## ITS Prime Tech Academy

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



## Icesp

Piattaforma italiana degli stakeholder per l'economia circolare.



## Slow Food

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



## Confindustria

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



## Assocarta

Associazione imprenditoriale di categoria che aggrega, rappresenta e tutela le aziende che producono in Italia carta, cartoni e paste per carta. Nel 2022 Massimo Pasquini, Presidente e Amministratore Delegato di Lucart S.p.A., ha ricoperto la carica di Vicepresidente.



## Comieco

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



## Istituto Italiano Imballaggio

Network associativo di riferimento per la filiera del packaging.



## European Tissue Symposium

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



## Afidamp

Società che riunisce e rappresenta le diverse anime della filiera della pulizia professionale in Italia. Raccoglie produttori, importatori e distributori di prodotti, macchinari, carta e attrezzature, oltre ad altri organismi settoriali. Nel 2022 Francesco Pasquini, Chief Sales & Marketing Officer del Gruppo Lucart, ha ricoperto la carica di Vicepresidente.



## Green Economy Network

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



## Edana

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





## Copacel

Associazione francese che rappresenta le industrie cartarie.



## Papest

Associazione delle industrie cartarie della Francia dell'est.



## Revipac

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



## ReviGraph

Organismo francese della filiera del recupero delle carte grafiche.



## Group'Hygiène

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



## Aspapel

Associazione spagnola dei produttori di cellulosa e carta.



## Cluster Papel

Associazione basca dei produttori di carta e società ausiliari.



## Make a Wish

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



## Mus.e

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



## Fondazione Meyer

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



## Fondazione Francesca Rava

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



## Aused

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



## Ippr

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



## Cciu

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



## Istituto di Cultura Italiana

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



## Chsa

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



## SCUOLE, UNIVERSITÀ ED ENTI DI RICERCA

### Alternanza Scuola Lavoro

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

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

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

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

### Istituti Tecnici Superiori (ITS)

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

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

Dopo aver contribuito alla progettazione e all'organizzazione

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

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

Lucart è da molti anni partner del Master Carta Celsius di Lucca e ha sempre contribuito all'organizzazione con propri dipendenti come docenti d'aula. Nel 2020 il Master Carta è stato

affiancato e in parte sostituito dal nuovo corso di laurea magistrale in Tecnologia e produzione della carta e del cartone dell'Università di Pisa. Lucart contribuisce allo sviluppo del percorso universitario

attraverso donazioni e tavoli tecnici dedicati. Nel processo di formazione continua dei propri dipendenti sponsorizza inoltre la partecipazione a moduli specifici di formazione.

### Polo Tecnologico Lucchese

L'Azienda ha stretto una collaborazione con Logic Way, start up aderente al Polo Tecnologico Lucchese, per sviluppare

tecnologie altamente innovative nel campo della supply chain. Tale collaborazione ha portato nel 2020 all'installazione nello stabilimento

di Castelnuovo di Garfagnana di un sistema completamente automatico di gestione dei flussi di ingresso e uscita dei mezzi di trasporto.



#

save  
the  
planet



# L'Ambiente

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

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

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGS)



# 3.1 VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

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

In particolar modo l'Azienda pone grande attenzione alla valutazione degli impatti ambientali derivanti

dalle proprie attività per individuare quelli più significativi su cui intervenire. Al fine di ridurli al minimo, l'Azienda effettua periodicamente specifiche Analisi di Ciclo di Vita a livello di prodotto (Life Cycle Assessment - LCA), avvalendosi di enti terzi e rispettando metodologie standard riconosciute a livello internazionale.

Le analisi considerano l'intero ciclo di vita, dall'approvvigionamento delle materie prime sino al fine vita dei prodotti, includendo le fasi di produzione e distribuzione (dalla culla alla tomba).



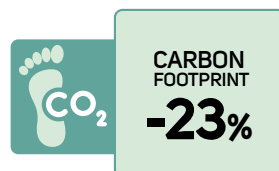
## 3.2 DICHIARAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO (EPD®)

A partire dal 2018 Lucart conduce e aggiorna annualmente l'analisi EPD® (Dichiarazione Ambientale di Prodotto - Environmental Product Declaration), basata su studio LCA (Analisi del Ciclo di Vita - Life Cycle Assessment) di due carte igieniche di propria produzione, paragonabili per grammatura, numero di veli, numeri e lunghezza degli strappi ma realizzate a partire una da **fibre di pura cellulosa vergine** e l'altra da **fibre riciclate**. La metodologia LCA quantifica il consumo di risorse e gli impatti ambientali potenziali sull'ambiente circostante, relativamente alle varie fasi del ciclo di vita, associati al prodotto oggetto dello studio.

I risultati aggiornati a ottobre 2022 confermano la migliore performance ambientale della carta in fibre riciclate rispetto alla carta in cellulosa vergine.

### Performance ambientali carta igienica in fibra riciclata

- Una **Carbon Footprint**<sup>1</sup> inferiore del 23% rispetto a quella associata alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a una **riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>**, equivalenti pari a 518,8 kg per tonnellata di carta prodotta.
- Una **Water Footprint**<sup>2</sup> inferiore del 42% rispetto a quella associata alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a un **consumo di risorse idriche inferiore** pari a 292,3 m<sup>3</sup> per tonnellata di carta prodotta.



Per la lettura integrale della Dichiarazione si rimanda a: <https://www.environdec.com/library/epd6894>

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

## Dichiarazione Ambientale di Prodotto

La **Dichiarazione Ambientale di Prodotto** (Environmental Product Declaration - EPD®) è uno schema di certificazione volontaria, sviluppato in applicazione della norma UNI EN ISO 14025:2010 e rappresenta uno strumento per comunicare informazioni oggettive, confrontabili e credibili relative alla prestazione ambientale di prodotti e servizi. Le

prestazioni, riportate nella EPD®, devono basarsi sull'Analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment - LCA) in accordo con le norme della serie ISO 14040, fondamento metodologico da cui scaturisce l'oggettività delle informazioni fornite e rispetta le Regole di Categoria di Prodotto "PCR: TISSUE PRODUCTS. Product Category Classification:

UN CPC 32131. PCR 2011:05, VERSION 3.0.1" sviluppate dall'International EPD® System, il Programme Operator scelto come riferimento.

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

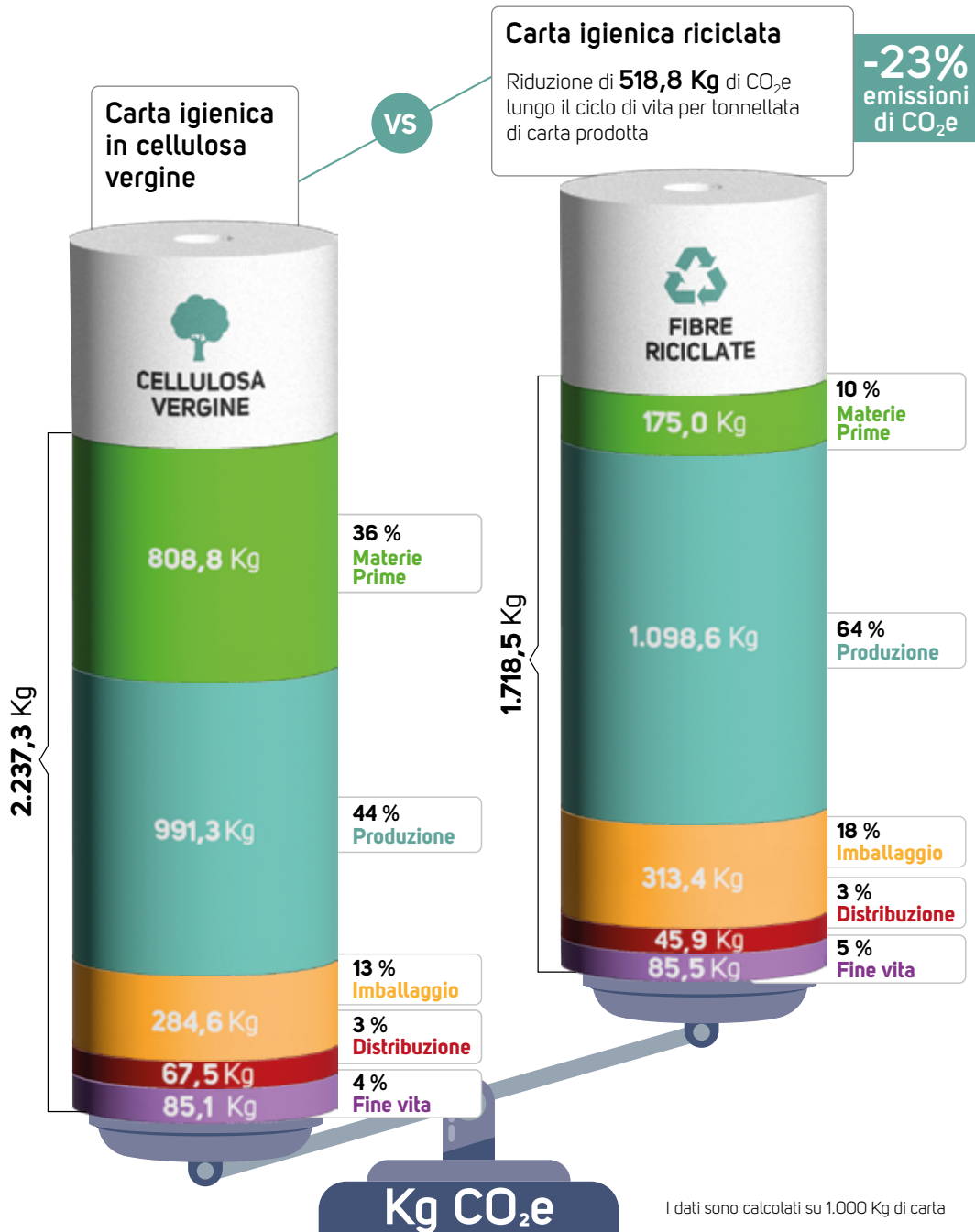
<sup>1</sup> Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Global Warming Potential (GWP)"

<sup>2</sup> Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Water Deprivation Potential"



IMPATTI AMBIENTALI

**Carbon Footprint** (kg di CO<sub>2</sub>e emessa)

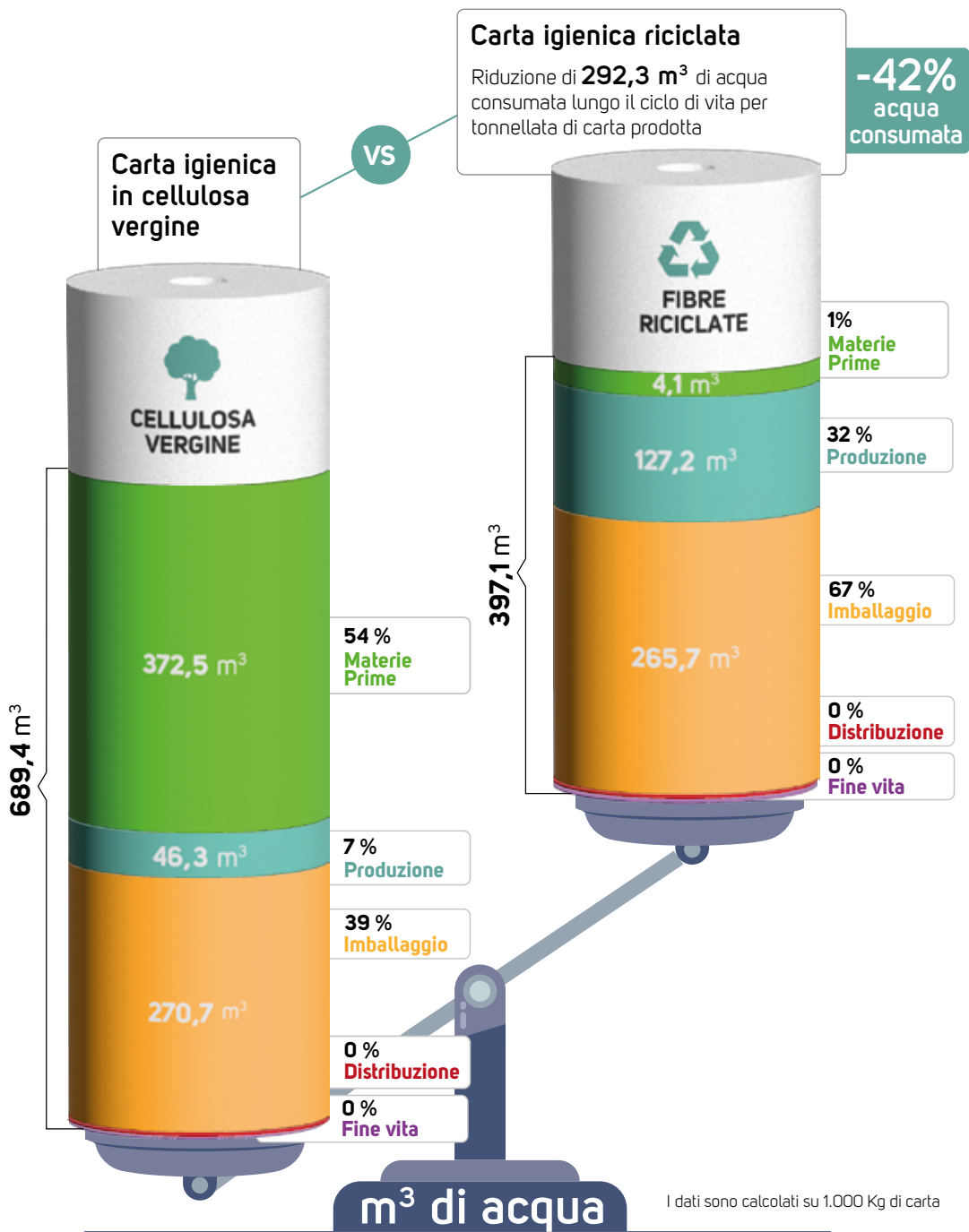






IMPATTI AMBIENTALI

# Water Footprint (m<sup>3</sup> di acqua consumati)



# 3.3 MATERIE PRIME

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

Gli stabilimenti di Porcari, Borgo a Mozzano, Laval sur Vologne e Aranguren, hanno impianti in grado di produrre carta utilizzando sia carta da riciclare sia cellulosa vergine. Lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana lavora principalmente cellulosa vergine e piccole percentuali di carta da riciclare di prima qualità.

Lo stabilimento di Avigliano utilizza solo cellulosa vergine per la fabbricazione di carta airlaid.

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



## Carta da riciclare e cellulosa vergine

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



## Cellulosa vergine

- Avigliano



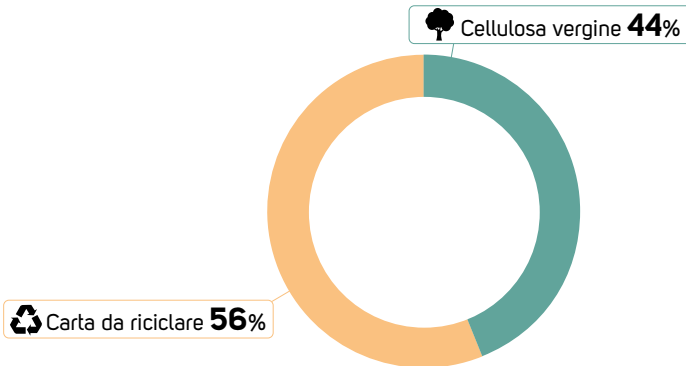
## Bobine jumbo

- Torre di Mosto
- Nyergesújfalú
- Artziniega
- Blackmore Park

## Ripartizione per tipologia di materie prime

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

I risultati raggiunti nel 2022 rafforzano ulteriormente il percorso intrapreso dall'Azienda per raggiungere entro il 2030 l'obiettivo di utilizzare per il 60% carta da riciclare come materie prime in ingresso.



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



## MATERIE PRIME ECOSOSTENIBILI E CERTIFICATE

### Cellulosa vergine

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

continuità dell'ecosistema forestale senza alterarne l'equilibrio.

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

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

### Carta da riciclare

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

La carta da riciclare viene sottoposta a **procedimenti**

**di preparazione impasti e disinchiostrazione all'avanguardia che non prevedono l'utilizzo di sostanze inquinanti**, ma utilizzano principalmente processi di separazione meccanica e termica consentendo di produrre carte di

elevato standard qualitativo. La carta da riciclare utilizzata negli stabilimenti Lucart risponde ai requisiti previsti dagli standard riconosciuti dai sistemi di certificazione PEFC e FSC®, e alle norme UNI-EN 643.

## Are di provenienza delle principali materie prime



### Are di provenienza della cellulosa vergine

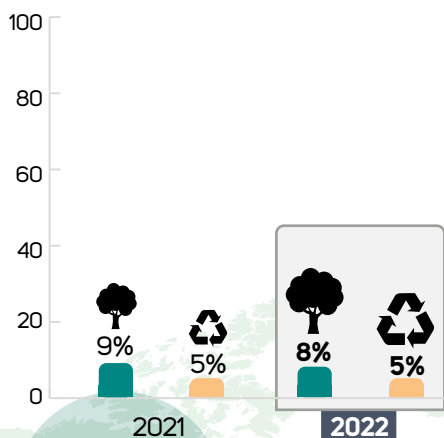
Nel 2022 il 54% delle cellulose europee provenivano da Italia, Francia e Spagna, le tre nazioni dove sono situate le sedi operative dimensionalmente più significative.



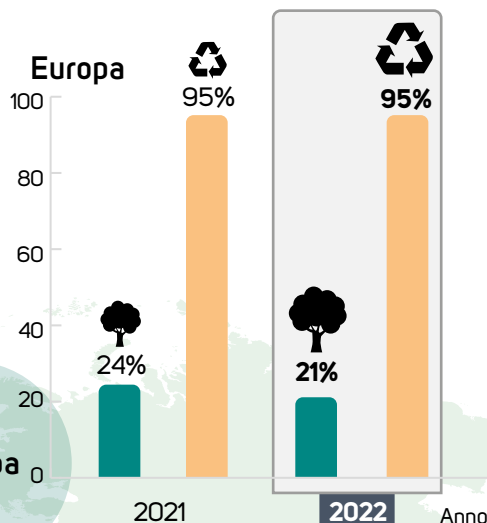
### Are di provenienza della carta da riciclare

Nel 2022 l'81% delle carte da riciclare approvvigionate in Europa provenivano da Italia, Francia e Spagna, le nazioni dove sono presenti le sedi operative dimensionalmente più significative.

### Nord America

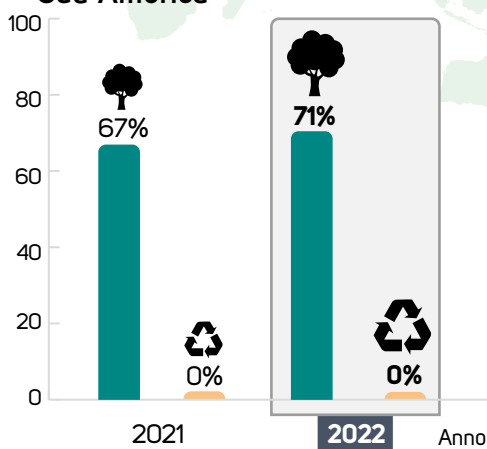



### Europa



### Europa

### Sud America



-  CELLULOSA VERGINE
-  CARTA DA RICICLARE

## 3.4 RISORSE IDRICHE

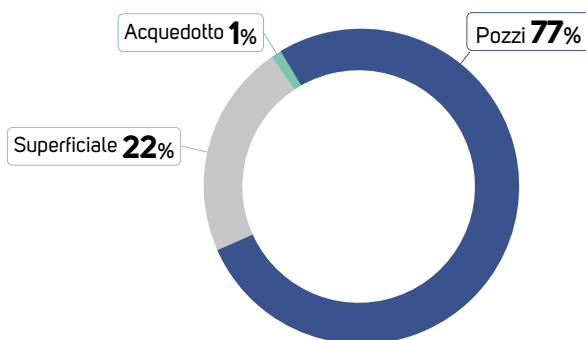
L'Azienda, in tema di risorse idriche, è da sempre impegnata a:



### Fonti di approvvigionamento idrico

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

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

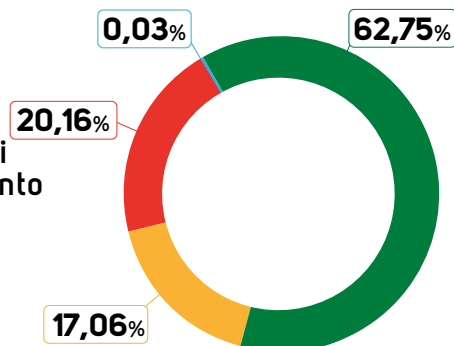


### Analisi stress idrico

Lucart, utilizzando lo strumento messo a disposizione dall'Aqueduct Water Risk Atlas<sup>1</sup>, ha condotto un'analisi dello stress idrico delle aree nelle quali sono presenti i propri stabilimenti produttivi. Per stress idrico si intende la capacità di soddisfare la domanda di acqua sia per le persone sia per l'ambiente e può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua.

#### Ripartizione per classificazione del livello di stress dell'area di approvvigionamento

- Basso (0-1)
- Basso-Medio (1-2)
- Medio-Alto (2-3)
- Alto (3-4)



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

Stabilimento	Rischio
Laval Sur Vologne <sup>2</sup>	Medio-Alto
Aranguren	Medio-Basso
Artziniega	Medio-Basso
Niergesújfalu	Basso
Blackmore Park	Medio-Basso

<sup>1</sup> <https://www.wri.org/aqueduct>

<sup>2</sup> Per lo stabilimento francese si rettifica quanto dichiarato nel rapporto di sostenibilità 2021, in cui era stato erroneamente dichiarato un rischio basso-medio.

Per ciascun livello di stress idrico si riporta nella tabella seguente il dettaglio delle diverse fonti di approvvigionamento utilizzate dall'Azienda insieme all'indicazione della categoria di acqua prelevata.

Livello stress idrico	Totale 2022	Superficiale	Pozzi	Acquedotto	Categoria acqua (dolce <sup>1</sup> /altre tipologie di acqua <sup>2</sup> )
			(falda)		
<span style="color: blue;">■</span> Basso (0-1)	1			1	100% acqua dolce
<span style="color: green;">■</span> Basso-Medio (1-2)	2.129	549	1.573	7	100% acqua dolce
<span style="color: orange;">■</span> Medio-Alto (2-3)	579		577	2	100% acqua dolce
<span style="color: red;">■</span> Alto (3-4)	684	178	466	41	100% acqua dolce
<b>TOTALE MEGALITRI PRELEVATI</b>	<b>3.393</b>	<b>727</b>	<b>2.616</b>	<b>51</b>	

<sup>1</sup> Acqua dolce che presenta un livello di solidi disciolti totali inferiore ai 1.000 mg/L.

<sup>2</sup> Altre tipologie di acqua che presentano un livello di solidi disciolti totali superiore ai 1.000 mg/L.

### Ottimizzazione del consumo idrico<sup>3</sup>

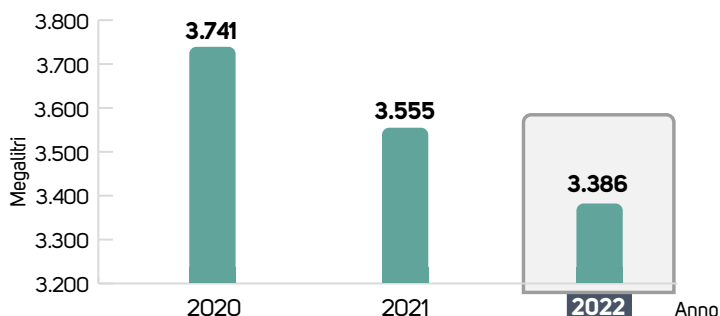
La volontà di tutelare la risorsa idrica, coniugata con le necessità produttive del processo di fabbricazione della carta, ha spinto l'Azienda a investire nei processi di ottimizzazione dei consumi, favorendo il recupero di acque di processo per il loro riutilizzo ai fini

industriali. La maggior parte degli stabilimenti, inoltre, è dotata di impianti di trattamento di acque reflue che garantiscono la qualità delle acque immesse nei recettori nel rispetto dei limiti autorizzativi.

Il consumo idrico totale<sup>4</sup>, di cui al grafico seguente, varia soprattutto

in funzione delle tonnellate di carta prodotte. Nel 2022, grazie agli interventi effettuati per ottimizzare i consumi della risorsa idrica, pur in presenza dell'aumento delle tonnellate di carta prodotte e trasformate, i volumi idrici totali consumati sono diminuiti.

### Consumo idrico totale



<sup>3</sup> Come introdotto al paragrafo precedente i consumi idrici trattati nel seguente paragrafo fanno riferimento ai consumi idrici per uso industriale. Sono esclusi dal perimetro i consumi idrici di tipo civile, in quanto poco rilevanti nel computo complessivo. L'azienda si sta comunque strutturando per integrarli a partire dalla prossima rendicontazione. Si precisa, inoltre, che l'organizzazione si sta strutturando per poter rendicontare a partire dal prossimo anno anche in merito al "GRI 303-4 Water discharge".

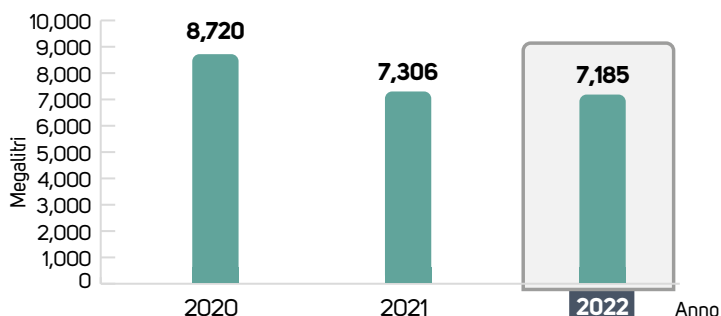
<sup>4</sup> Si fa riferimento al consumo idrico totale per la produzione di carta.





Seppur minimale rispetto al consumo idrico totale per la produzione della carta l'Azienda, specificatamente al settore Skin Care, nel 2022 evidenzia un consumo costante della risorsa idrica.

### Consumo idrico settore Skin Care



### Riciclo delle acque

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

- ⑤ riduzione del prelievo di risorse idriche dalla falda;
- ⑤ riduzione del prelievo di risorse idriche superficiali;
- ⑤ costanza e affidabilità della risorsa grazie ad acque trattate prodotte in modo continuativo;
- ⑤ riduzione degli sprechi di risorse naturali.

## Riduzione dei consumi

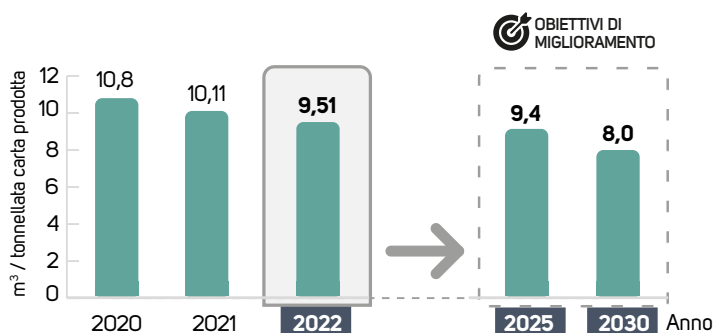
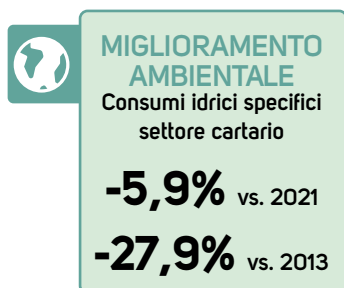
Lucart ha attivato un focus particolare di intervento sulla riduzione del consumo specifico di acqua ai fini produttivi con l'obiettivo di arrivare a un consumo di 8 m<sup>3</sup> di acqua per

tonnellata di carta prodotta entro il 2030.

Anche nel 2022 si apprezza la sensibile riduzione del valore rispetto agli anni precedenti, grazie a una

politica di riciclo e di uso razionale della risorsa in tutti i siti produttivi. Il consumo idrico specifico si attesta su valori molto al di sotto dei valori medi di settore<sup>1</sup>.

## Consumo idrico specifico - settore cartario<sup>2</sup>



## BEST PRACTICE

Nel corso del 2022 negli stabilimenti di Avigliano, Castelnuovo di Garfagnana, Borgo a Mozzano, Laval Sur Vologne, Artziniega e Aranguren sono state implementate azioni volte al recupero di una parte delle acque trattate dello scarico finale per re-immissione nel processo produttivo in sostituzione di reintegro con acqua fresca. Le suddette azioni hanno permesso rispettivamente una riduzione pari al:

**- 8,6%**

consumi idrici specifici vs. 2021 per Avigliano

**- 4,5%**

consumi idrici specifici vs. 2021 per Castelnuovo di Garfagnana

**- 1%**

consumi idrici specifici vs. 2021 per Borgo a Mozzano

**- 4%**

consumi idrici specifici vs. 2021 per Laval sur Vologne

**- 29,2%**

consumi idrici specifici vs. 2021 per Artziniega e Aranguren

<sup>1</sup> Secondo il Rapporto Ambientale Assocarta 2020 la media di settore è di circa 26 m<sup>3</sup> per tonnellata di carta prodotta.

<sup>2</sup> I consumi idrici specifici sono dati dal rapporto fra i m<sup>3</sup> di acqua prelevati e le tonnellate di carta prodotte in cartiera. Non vengono considerate le tonnellate di carta trasformate in cartotecnica in quanto non rilevanti.





## 3.5 RISORSE ENERGETICHE

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

### Autoproduzione di energia elettrica e termica

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

Stabilimento	 	
	Potenza elettrica installata	Potenza termica installata
<b>PORCARI</b>	12,5 Mw <sub>e</sub>	35,3 Mw <sub>t</sub>
<b>BORGO A MOZZANO</b>	12,5 Mw <sub>e</sub>	35,3 Mw <sub>t</sub>
<b>CASTELNUOVO DI GARFAGNANA</b>	7,5 Mw <sub>e</sub>	21,4 Mw <sub>t</sub>
<b>TOTALE</b>	<b>32,5 Mw<sub>e</sub></b>	<b>92 Mw<sub>t</sub></b>



#### Turbina a gas NovalT12

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

## Consumo di energia totale (diretta + indiretta)

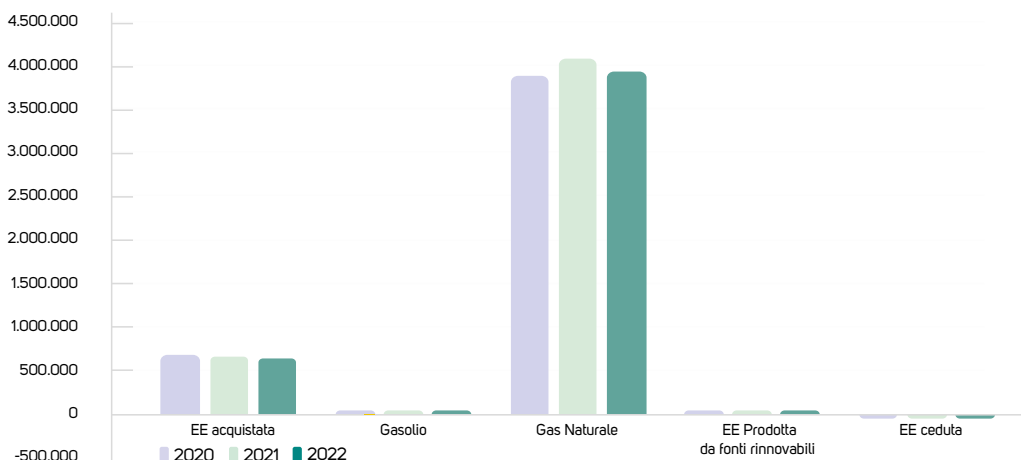
Il bilancio energetico del Gruppo è costituito dall'energia elettrica acquistata dalla rete, dal gasolio consumato per scopi industriali, dal metano acquistato dalla rete, dall'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e dall'energia elettrica venduta alla rete. L'energia elettrica acquistata è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

Nel 2022, rispetto al 2021, grazie agli interventi effettuati per l'efficiamento energetico, pur in presenza dell'aumento delle

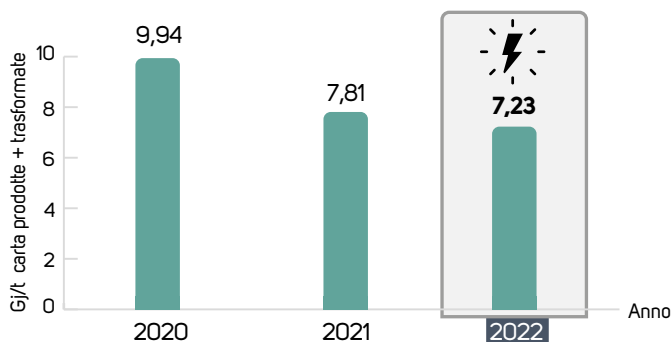
tonnellate di carta prodotte e trasformate, i consumi energetici totali sono diminuiti.

Questa riduzione risulta ulteriormente evidente analizzando i consumi energetici specifici.

		2020	2021	2022
<b>EE ACQUISTATATA</b>	GJ	649.949,84	643.749	622.774,49
<b>EE ACQUISTATATA DI ORIGINE RINNOVABILE</b>	GJ	0	134.616,57	178.189,80
<b>GASOLIO</b>	GJ	142,40	102,37	110,01
<b>GAS NATURALE</b>	GJ	3.940.346,51	4.052.314,10	4.010.529,76
<b>EE PRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI</b>	GJ	4.024,30	4.302,98	4.706,64
<b>EE PRODOTTA DA COGENERAZIONE<sup>1</sup></b>	GJ	828.642,31	868.517,19	919.531,95
<b>EE CEDUTA</b>	GJ	-27.891,18	-32.275,33	-45.161,92
<b>TOTALE</b>	GJ	<b>4.566.571,87</b>	<b>4.668.192,75</b>	<b>4.592.958,98</b>



## Consumo di energia specifico (intensità)<sup>2</sup>



**MIGLIORAMENTO AMBIENTALE**

Intensità energetica

**-7,4%** vs. 2021

**-19,6%** vs. 2014

<sup>1</sup> L'energia elettrica da cogenerazione non è conteggiata nel totale poiché già ricompresa nella voce "Gas Naturale".

<sup>2</sup> Il consumo di energia specifico è dato dal rapporto fra il consumo di energia totale e le tonnellate di carta prodotte e trasformate negli stabilimenti del Gruppo.

## L'efficienza energetica nei processi produttivi

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

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



**Sostituzione di lampade tradizionali con lampade a LED** ad alta efficienza e basso consumo nell'hub logistico di Altopascio e negli stabilimenti di Laval sur Vologne e Porcari insieme all'intervento sulla luminaria dello stabilimento di Torre di Mosto, effettuati nel corso del 2022, hanno determinato un risparmio annuo di oltre 121.803 kWh (438 GJ/y) che corrispondono a un totale di -42,95 tCO<sub>2</sub>e<sup>1</sup>.

### MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

**-121.803 kWh**  
Consumi energia elettrica

**-42,95 tCO<sub>2</sub>e**  
emissioni evitate



## Ulteriori interventi di miglioramento

### Ottimizzazione del consumo di energia elettrica<sup>2</sup>

- ⊙ **Sostituzione di un raffinatore di macchina continua** con uno a minor consumo energetico e maggior efficienza nello stabilimento di Borgo a Mozzano che ha consentito un risparmio energetico di circa 237 MWh per i primi 7 mesi di funzionamento che si traducono in un risparmio di **128,57 tCO<sub>2</sub>e**. Ottimizzazione del funzionamento del pulper e di alcune pompe nello stabilimento di Laval Sur Vologne che hanno portato a un risparmio annuo di 213 MWh che corrispondono a 10,22 tCO<sub>2</sub>e;
- ⊙ numerosi interventi di **ottimizzazione dei consumi e sostituzione di macchinari** (es: installazione inverter e variatori, sostituzione trasformatori) negli stabilimenti spagnoli per un risparmio complessivo di 1.809 MWh che corrispondono a **335,42 tCO<sub>2</sub>e**;
- ⊙ interventi di **ammodernamento dell'illuminazione** nei reparti produttivi e disattivazione delle lampade non in uso nello stabilimento ungherese che ha portato a un risparmio di 68 MWh che corrispondono a **20,95 tCO<sub>2</sub>e**.

**-495,16**  
tCO<sub>2</sub>e  
emissioni evitate per  
interventi di risparmio  
energetico

<sup>1</sup> Risparmio rispetto al consumo che si registrerebbe con lampade tradizionali. Calcolo delle tCO<sub>2</sub>e effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di energia elettrica per Porcari e i coefficienti di emissioni della rete nazionale per gli altri siti (Metodologia di calcolo *Location based*: fonte dato "Ecoinvent 3.9.1, market for electricity, medium voltage, Scope 2").

<sup>2</sup> Risparmio rispetto al consumo che si registrerebbe con lampade tradizionali. Calcolo delle tCO<sub>2</sub>e effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di energia elettrica per Borgo a Mozzano e i coefficienti di emissioni della rete nazionale per gli altri siti (Metodologia di calcolo *Location based*: fonte dato "Ecoinvent 3.9.1, market for electricity, medium voltage, Scope 2").

## Ottimizzazione nel consumo di Gas<sup>3</sup>

- ③ **Sostituzione dei bruciatori** con una nuova tipologia di impianto (di pari potenza) ad aria comburente modulante e ottimizzazione della distanza delle Cappe della PM 5 nello stabilimento di Borgo a Mozzano. L'intervento, oltre a un miglioramento della combustione e quindi della qualità delle emissioni, ha comportato una riduzione del consumo di gas di 44.966 Smc nei primi 3 mesi di marcia nel 2022. Questo si traduce in un risparmio di circa **89 tCO<sub>2</sub>e**;
- ③ **regolazione della temperatura di riscaldamento** nello stabilimento francese che ha comportato una riduzione del consumo di gas di 47.127 Smc. Questo si traduce in un risparmio di circa **92,91 tCO<sub>2</sub>e**;
- ③ **interventi sul processo** fra cui l'abbassamento dell'umidità della carta e l'estensione della linea vapore sempre nello stabilimento di Laval sur Vologne che hanno permesso un risparmio di 392.096 Smc di gas che corrispondono a **772,99 tCO<sub>2</sub>e**;
- ③ numerosi **interventi di ottimizzazione dei consumi** delle macchine continue e sostituzione di macchinari (es: avvicinamento delle cappe, regolazioni dell'umidità) negli stabilimenti spagnoli che hanno permesso un risparmio di 1.060.732 Smc di gas che corrispondono a **2.217,06 tCO<sub>2</sub>e**;
- ③ **interventi di tipo gestionale sui sistemi di riscaldamento** quali temporizzatori, protezione dei termostati nello stabilimento ungherese con un risparmio annuo di 13.600 Smc che corrispondono a **27,08 tCO<sub>2</sub>e**.

**-3.198,71**  
tCO<sub>2</sub>e  
emissioni evitate  
per interventi di  
ottimizzazione del  
consumo di gas

## Data center sostenibili

- ③ Dal 2021 Lucart ha trasferito i suoi data center interni, situati presso gli stabilimenti di Borgo a Mozzano e Porcari, presso il data center TIM di Acilia (Roma), certificato ISO 27001 per il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni.
- ③ Il trasferimento, oltre a migliorare performance e livelli di sicurezza, ha portato un risparmio in termini energetici e di emissioni di CO<sub>2</sub>e. Il data center di Acilia, infatti, è alimentato esclusivamente da fonti rinnovabili. Rispetto all'utilizzo dei data center interni, la capacità computazionale è raddoppiata ma i consumi energetici sono diminuiti del 50%. Oggi circa l'80% della capacità computazionale del Gruppo è alimentata da energie rinnovabili.

**-44**  
tCO<sub>2</sub>e/anno  
emissioni evitate grazie  
all'adozione del nuovo  
Data Center

<sup>3</sup> Calcolate attraverso la formula prevista dall'emission trading system per gli stabilimenti soggetti a ETS. Per lo stabilimento ungherese è stato usato il coefficiente UNFCCC 2021 dell'inventario nazionale italiano (ISPRA, Tabella coefficienti standard nazionali 2022).

## Fonti rinnovabili

L'Azienda sostiene il proprio impegno ambientale anche attraverso il ricorso sempre più importante a fonti rinnovabili di energia.

Nello specifico si segnalano i tre impianti fotovoltaici installati, uno nel territorio di Capannori (attivo dal 2011), uno nello stabilimento di Avigliano (attivo dal 2013) e un terzo di recente attivazione nello stabilimento di Borgo a Mozzano (attivo dal dicembre 2022) che hanno permesso di evitare per il 2022 l'emissione in atmosfera di 519 tCO<sub>2</sub>e<sup>1</sup>. Gli impianti fotovoltaici presso gli stabilimenti di Avigliano e di Borgo a Mozzano nel corso del 2023 saranno ulteriormente ampliati a rafforzamento del

percorso intrapreso da Lucart a ridurre il proprio impatto ambientale<sup>2</sup>.

Dal 2021 la componente elettrica delle fasi produttive delle linee EcoNatural proviene da fonti rinnovabili (Garanzie di Origine). Nel corso del 2022 questo impegno è stato ulteriormente rafforzato ampliando l'acquisto di energia elettrica certificata da fonti rinnovabili. Relativamente al 2022, pertanto, si segnala che circa il 29% dell'energia elettrica complessivamente acquistata dall'Azienda è stata di origine rinnovabile<sup>3</sup>. Questo ha permesso di evitare l'emissione in atmosfera di circa 7.253 tCO<sub>2</sub>e<sup>4</sup>.

Inoltre, grazie ai vari interventi di risparmio energetico effettuati negli anni, Lucart ha conseguito anche per il 2022 i certificati bianchi. I certificati bianchi, anche noti come "Titoli di Efficienza Energetica" (TEE), sono titoli negoziabili che certificano il conseguimento di **risparmi energetici negli usi finali di energia** attraverso interventi e progetti di incremento di efficienza energetica.

Un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio (TEP).<sup>5</sup>



**MIGLIORAMENTO  
AMBIENTALE**

**-7.772 tCO<sub>2</sub>e**

**Emissioni complessivamente evitate nel 2022 grazie agli impianti fotovoltaici di Capannori, di Avigliano e di Borgo a Mozzano insieme all'acquisto di energia elettrica con Garanzie di Origine (Lucart S.p.A.; Lucart S.a.s. e Lucart Hygiene Ltd.)**



<sup>1</sup> Fonte dato "Ecoinvent 3.9.1, market for electricity, medium voltage, Scope 2, IT" per gli stabilimenti di Avigliano e per la piattaforma Salanetti; per Borgo a Mozzano il calcolo delle tCO<sub>2</sub>e è stato effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di EE. (metodologia di calcolo emissioni evitate da autoproduzione di EE da fonti rinnovabili: Location Based).

<sup>2</sup> Si stima una potenza finale per l'impianto fotovoltaico di Avigliano pari a 999 kWp + 2.015 kWp = 3.014 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva – una volta a regime – pari a 3.745,20 MWh. Si stima una potenza finale per l'impianto fotovoltaico di Borgo a Mozzano pari a 2.421,21 kWp + 1.555,54 kWp = 3.976,75 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva – una volta a regime – pari a 4.310,80 MWh.

<sup>3</sup> 20 GWh acquistati con GO da parte di Lucart S.p.A.; 27,762 GWh acquistati con GO da parte di Lucart S.a.s. e 1,735 GWh acquistati con garanzie di origine da Lucart Hygiene Ltd.

<sup>4</sup> Fonte dato "Ecoinvent 3.9.1, market for electricity, medium voltage, Scope 2, IT/FR/GB" (metodologia di calcolo emissioni evitate da acquisto di EE da fonti rinnovabili: Location Based).

<sup>5</sup> Fonte GSE.

## 3.6 EMISSIONI IN ATMOSFERA

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

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

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

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

Gli impianti di combustione utilizzano gas metano, che rappresenta il combustibile fossile a minor impatto ambientale sia in termini di efficienza energetica sia perché evita il rilascio di composti secondari inquinanti quali SO<sub>2</sub> e H<sub>2</sub>S.

### Emissioni di CO<sub>2</sub>e

Nel grafico seguente sono rappresentate le emissioni dirette e indirette di CO<sub>2</sub>e prodotte da Lucart nell'anno 2022<sup>1</sup>.

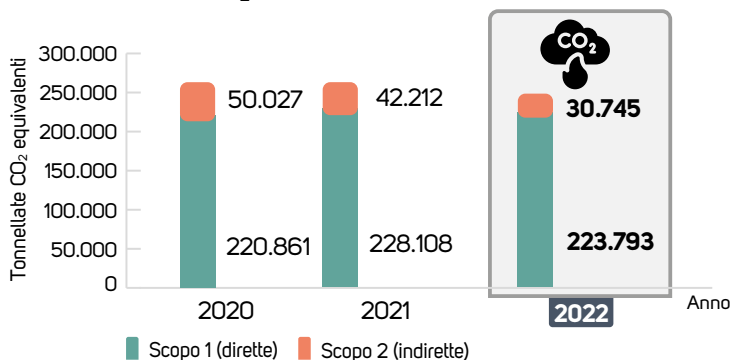
Secondo le regole contabili fornite da GHG Protocol<sup>2</sup>, le emissioni dirette GHG (Scopo 1) sono tutte le emissioni di CO<sub>2</sub>e provenienti

da asset di proprietà dell'azienda o che l'azienda controlla operativamente. Nel calcolo specifico al contesto di Lucart sono state considerate le emissioni dirette originate esclusivamente dalla combustione di combustibili (principalmente gas naturale e minima parte gasolio) per usi industriali. Le emissioni

indirette GHG (Scopo 2) sono le emissioni di CO<sub>2</sub>e derivanti dall'acquisto di energia elettrica da rete nazionale<sup>3</sup>.

Le emissioni dirette derivate dalla combustione presso gli stabilimenti produttivi (Scopo 1) sono state computate in accordo con il sistema europeo di scambio di quote di emissione (European Union Emissions Trading Scheme – EU ETS) che regola le emissioni di CO<sub>2</sub>e in Europa per i settori industriali caratterizzati da maggiori emissioni<sup>4,5</sup>. Le emissioni di Scopo 1 degli stabilimenti non soggetti a ETS sono state stimate utilizzando il coefficiente UNFCCC 2021 dell'inventario nazionale italiano<sup>6</sup>. Mentre per il calcolo delle emissioni indirette di Scopo 2 è stata adottata la metodologia *Market based*<sup>7</sup>.

### Emissioni di CO<sub>2</sub>e Totali (dirette + indirette)



<sup>1</sup> La metodologia di calcolo è stata rivista rispetto al Report di Sostenibilità 2021 per allinearla a quanto richiesto dal GRI 305, Emissions 2016.

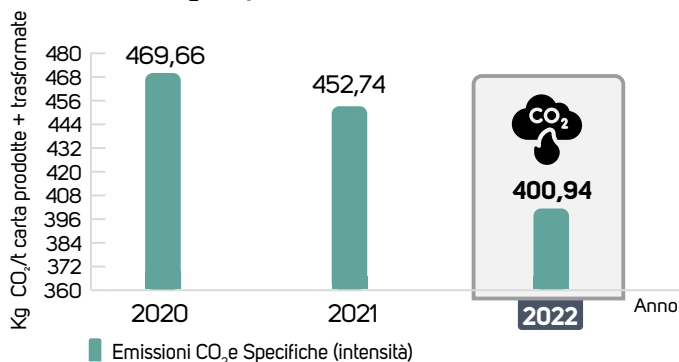
<sup>2</sup> WBCSD and WRI, "The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard – revised edition" (2004).

<sup>3</sup> Il calcolo delle emissioni per l'acquisto di energia elettrica (Scopo 2) dalle reti di distribuzione può essere effettuato con due diversi approcci.

**Location-based:** questa metodologia di calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di emissioni medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. **Market-based:** questo approccio prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici strumenti contrattuali, è utilizzato il fattore di emissione relativo al mix residuo del fornitore di energia elettrica, dopo la rimozione della componente collegata a sistemi di tracciabilità dell'energia, quali Garanzie di Origine (GO) o altri sistemi di certificazione dell'energia rinnovabile (RECS). I fattori di emissione medi nazionali usati dall'approccio location-based sono di norma più bassi di quelli corrispondenti, calcolati sulla base dei mix residui richiesti dalla metodologia market-based.

<sup>4</sup> Direttiva EU EUTS 2003/87/CE e smi.



Emissioni CO<sub>2</sub>e Specifiche (intensità)<sup>8</sup>

## MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

Emissioni specifiche CO<sub>2</sub>e**-11%** vs. 2021**-22%** vs. 2014Emissioni di NO<sub>x</sub>

Le emissioni di NO<sub>x</sub> sono generate in larga parte dagli impianti di cogenerazione e in minor quantità dai bruciatori installati sulle macchine da carta.

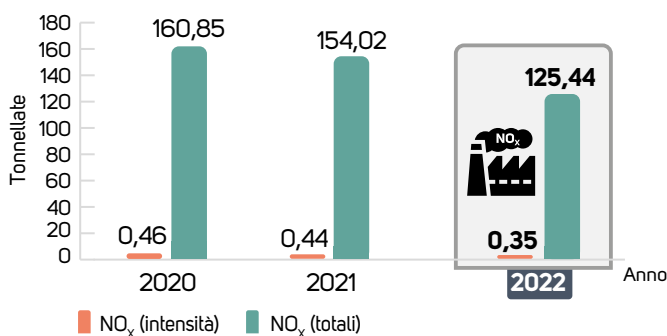
Le concentrazioni e le portate dei parametri inquinanti usate per il calcolo degli indici relativi alle emissioni, fatta eccezione per i dati relativi agli impianti dotati di monitoraggio in continuo, sono calcolati tenendo conto dei risultati delle analisi periodiche eseguite in autocontrollo, conformemente alle

autorizzazioni alle emissioni, da parte di Laboratori esterni.

Le riduzioni significative delle emissioni di NO<sub>x</sub> già evidenziate nei due anni precedenti grazie alla installazione di una innovativa turbina di cogenerazione nel sito produttivo di Borgo a Mozzano nel 2019, nel 2022 risultano ulteriormente incrementate grazie alla messa in esercizio della stessa tipologia di impianto (Nuova LT12) anche presso il sito produttivo di Porcari.



## MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

Emissioni specifiche NO<sub>x</sub>**-19,6%** vs. 2021**-57,6%** vs. 2014

BEST PRACTICE

Lo stabilimento di Porcari ha conseguito importanti risultati nelle emissioni assolute di inquinanti in atmosfera grazie all'installazione della turbina di cogenerazione a gas di maggiore efficienza che ha consentito di dimezzare le emissioni assolute di NO<sub>x</sub> rispetto al 2021 (circa del 45,8%).

<sup>5</sup> Per gli stabilimenti soggetti a ETS, le tonnellate di CO<sub>2</sub>e corrispondono a quelle dichiarate all'ente nazionale (per l'Italia è il MISE) e convalidate da ente certificatore terzo.

<sup>6</sup> ISPRA, Tabella coefficienti standard nazionali 2022.

<sup>7</sup> Le emissioni di Scopo 2 *Market Based* sono state calcolate con i coefficienti dei mix residui. (AIB European Residual Mix 2022). Le emissioni di Scopo 2 calcolate con metodologia *Location Based* ammontano, per lo stesso perimetro, a 27.135 tCO<sub>2</sub>e. Per tale calcolo sono stati usati i fattori di emissione relativi ai mix nazionali (Ecoinvent 3.9.1, market for electricity, medium voltage, Scope 2).

<sup>8</sup> Il numeratore è dato dalla somma delle emissioni Scopo 1 e Scopo 2 *Market Based*. Il denominatore è la somma della carta prodotta e trasformata negli stabilimenti del Gruppo.

## 3.7 LOGISTICA

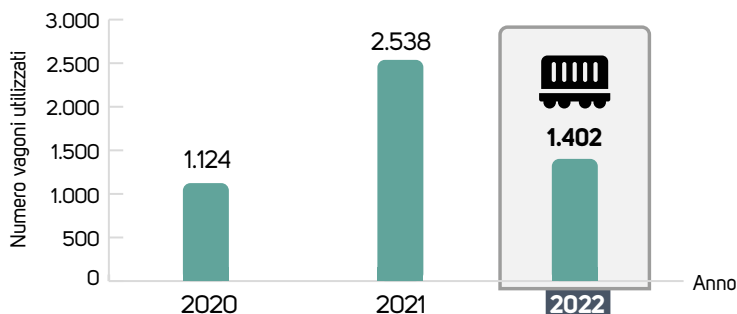
### Mobilità sostenibile

Anche nel 2022 è proseguito il progetto **"Mobilità Sostenibile: trasferimento trasporto materie prime da gomma a rotaia"**, presentato nel 2015, il cui obiettivo è quello di utilizzare la rete ferroviaria per ridurre significativamente il trasporto su strada di materia prima e prodotto finito. Il progetto interessa lo stabilimento di Borgo a Mozzano, che dispone di uno scalo ferroviario interno già utilizzato da anni, e lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana.

Lucart ha stipulato un accordo nell'aprile del 2019 con il Comune di Castelnuovo di Garfagnana, con la Regione Toscana e con RFI per il ripristino dello scalo ferroviario. I lavori sono attualmente in corso.

Il numero di tonnellate di prodotto finito (incluso il semilavorato) trasportate nell'anno appena trascorso

#### Numero di vagoni utilizzati



ha risentito del peggioramento nella qualità del servizio offerto che ha spinto l'Azienda a ricorrere maggiormente al trasporto tradizionale per poter garantire le forniture nei tempi concordati con i clienti. L'utilizzo del treno ha comunque permesso di evitare l'emissione di **524 tCO<sub>2</sub>e**<sup>1</sup> in atmosfera nel corso del 2022.

Nel calcolo sono state incluse le tonnellate di prodotto finito consegnate per mezzo rotaia da una piattaforma esterna.

#### MIGLIORAMENTO AMBIENTALE

**-524 tCO<sub>2</sub>e**  
emissioni evitate



#### OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

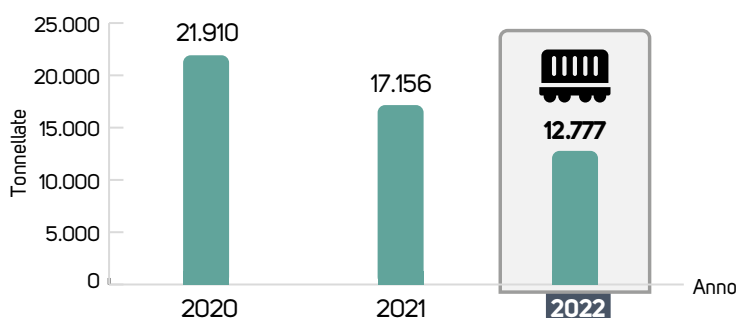
- AZZERAMENTO DELLE EMISSIONI DI PARTICOLATO

- RIDUZIONE DEL-15%

di tCO<sub>2</sub>e per il trasporto di merci da e per il Centro Logistico di Altopascio

L'Azienda ha attivato un progetto di sostituzione progressiva dei mezzi tradizionali adibiti al trasporto da e per il Centro Logistico di Altopascio con mezzi

#### Tonnellate trasportate su rotaia



di nuova generazione alimentati a LNG (Gas Naturate Liquido). Nell'anno appena trascorso quasi il 96% dei viaggi effettuati da e verso l'HUB di Altopascio

sono stati eseguiti con mezzi LNG. Questi viaggi hanno evitato l'immissione in atmosfera di 20,5 tCO<sub>2</sub>e (LNG vs EURO VI).

<sup>1</sup> [https://www.ansa.it/canale\\_ambiente/notizie/mobilita/2019/05/09/con-gnl-meno-smoggas-taglia-emissioni-e-costi-dei-trasporti\\_Ob064ff4-a72d-41c8-a09e-d37ceb80f3c3.html](https://www.ansa.it/canale_ambiente/notizie/mobilita/2019/05/09/con-gnl-meno-smoggas-taglia-emissioni-e-costi-dei-trasporti_Ob064ff4-a72d-41c8-a09e-d37ceb80f3c3.html)

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





## 3.8 IMBALLAGGI

### Linee guida imballaggi sostenibili

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



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

Un Imballaggio è da considerarsi come problematico o superfluo se:



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



Il progetto ha coinvolto prioritariamente gli imballaggi utilizzati negli stabilimenti del Gruppo in Italia, Francia e Spagna ed è stato esteso nel corso del 2022 anche agli stabilimenti in Inghilterra e Ungheria. Sono stati analizzati tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari, utilizzati sia per la produzione di carta, sia per la trasformazione di questa in prodotti finiti e la relativa spedizione. Gli imballaggi sono stati poi divisi in categorie a seconda dei materiali che li compongono con particolare attenzione a:

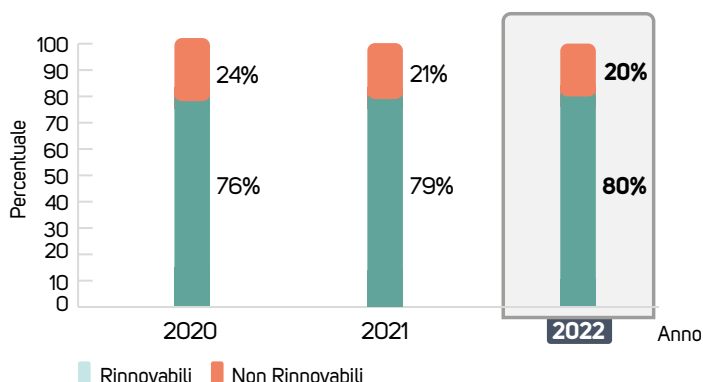


I risultati dell'analisi e le azioni intraprese negli ultimi anni di sostituzione di alcuni imballaggi in polietilene con imballaggi in carta, di riduzione degli spessori degli imballaggi a parità di prestazioni e l'introduzione di imballaggi in tutto o in parte composti da materie prime riciclate, sono ben rappresentati dai seguenti numeri<sup>1</sup>, coerenti con le linee guida adottate.

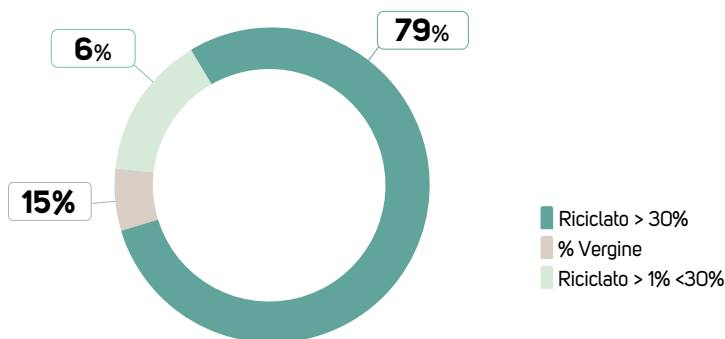


**Il 100% degli imballaggi utilizzati nel Gruppo Lucart è riutilizzabile, riciclabile o compostabile.**

### % Imballaggi Rinnovabili-Non Rinnovabili



### Scomposizione % Imballaggi Riciclati-Vergini



<sup>1</sup> Le analisi sono riferite ad acquisti di imballaggi primari, secondari e terziari degli stabilimenti di Lucart in Italia, Spagna, Francia, Regno Unito e Ungheria e non includono i pallet per il trasporto e la spedizione delle merci e le anime riutilizzabili in plastica delle bobine di cartiera.

# 3.9 GESTIONE DEI RIFIUTI

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

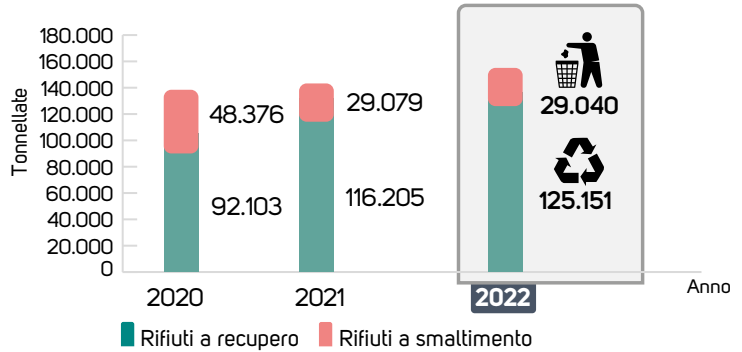
Altri rifiuti sono generati dalle attività di trasformazione della carta (scarti di imballaggi) e dalle attività ausiliarie (principalmente manutenzione, logistica interna).

Rispetto al 2021 la produzione di rifiuti per tonnellata di carta prodotta si è mantenuta costante segnando una leggera riduzione dello 0,2%.

**Nel 2022 risulta in lieve aumento +1,5% la percentuale di rifiuti avviata a recupero (pari all'81,2%)**

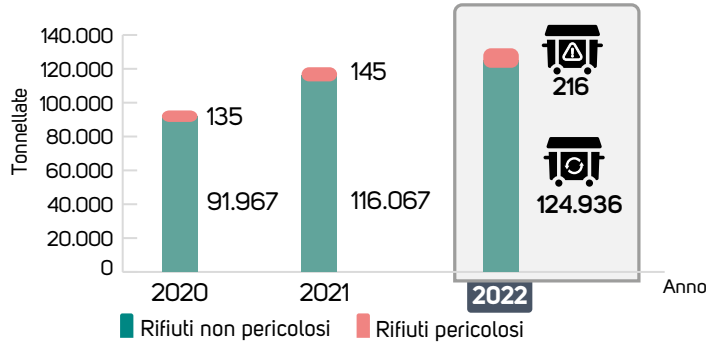


## Rifiuti prodotti\*

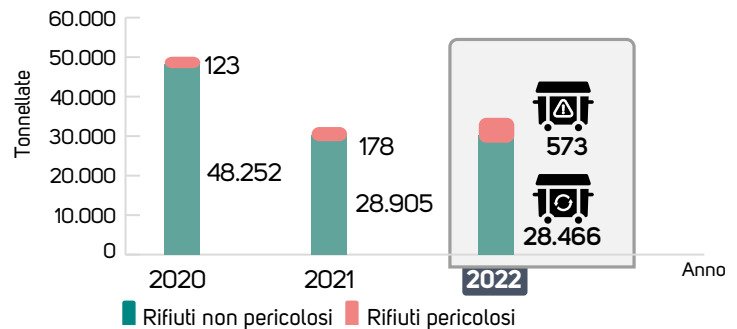


\* Si ricorda che i rifiuti sono espressi tal quale e non al secco.

## Rifiuti a recupero

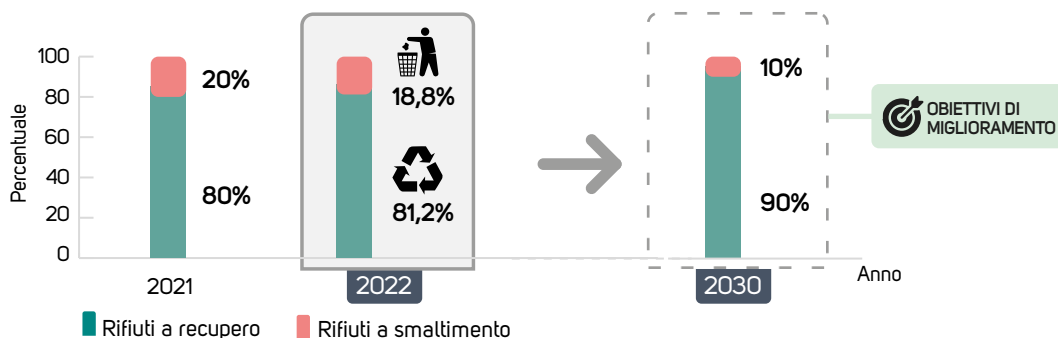


## Rifiuti a smaltimento





## Rifiuti prodotti



## Rifiuti prodotti per categoria

## TOTALE GRUPPO 2022

Composizione dei rifiuti <sup>1</sup>	Rifiuti prodotti	Rifiuti a recupero	Rifiuti destinati a smaltimento
Categoria 03 Rifiuti della lavorazione del legno e della produzione di pannelli, mobili, polpa, carta e cartone	146.184	119.120	27.064
Categoria 07 Rifiuti dei processi chimici organici	138	0	138
Categoria 08 Rifiuti della produzione, formulazione, fornitura e uso di rivestimenti, adesivi, sigillanti e inchiostri per stampa	605	6	599
Categoria 12 Rifiuti prodotti dalla lavorazione e dal trattamento fisico e meccanico superficiale di metalli e plastica	316	314	2
Categoria 13 Rifiuti Oli esauriti e residui di combustibili liquidi (tranne oli commestibili, 05 e 12)	82	38	44
Categoria 15 Rifiuti di imballaggio, assorbenti, stracci, materiali filtranti e indumenti protettivi (non specificati altrimenti)	4.037	4.009	29
Categoria 16 Rifiuti non specificati altrimenti nell'elenco	699	151	547
Categoria 17 Rifiuti delle operazioni di costruzione e demolizione (compreso il terreno proveniente da siti contaminati)	647	629	18
Categoria 19 Rifiuti da impianti di trattamento dei rifiuti, trattamento delle acque reflue, nonché dalla potabilizzazione dell'acqua e dalla sua preparazione per uso industriale	55	55	0
Categoria 20 Rifiuti urbani (rifiuti domestici e assimilabili prodotti da attività commerciali e industriali nonché dalle istituzioni) inclusi i rifiuti della raccolta differenziata	1.427	829	599

<sup>1</sup> Catalogo Europeo dei Rifiuti (CER) di cui alla Decisione della Commissione Europea 2000/532/CE e successive modifiche e integrazioni.

**154.191 t**  
Rifiuti prodotti

**125.151 t**  
Rifiuti a recupero  
**81,2%**

**29.040 t**  
Rifiuti a smaltimento  
**18,8%**

## BEST PRACTICE

Nello stabilimento di **Avigliano**

**-61%**

di scarti pulper avviati a smaltimento vs. 2021

Nello stabilimento di **Porcari** ottimizzazione nel processo di selezione delle materie prime che ha permesso di ridurre la produzione di fanghi per unità di carta prodotta

**24,35%** nel 2022  
vs  
**25,03%** nel 2021

Si segnala anche un aumento dei fanghi avviati a operazioni di recupero

**92%** nel 2022  
vs  
**81%** nel 2021

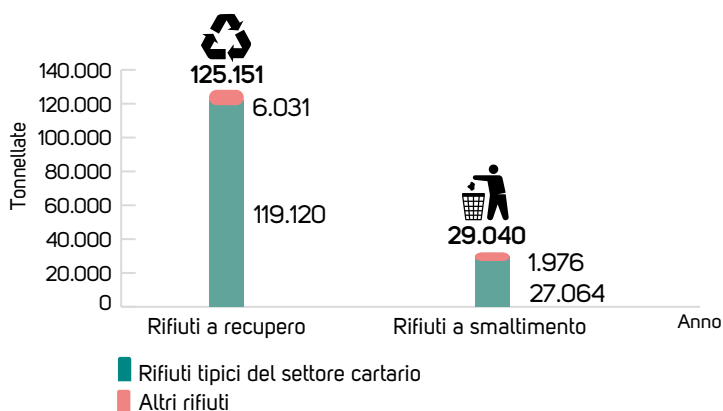
Nello stabilimento di **Borgo a Mozzano** si segnala un ulteriore aumento dei fanghi avviati a operazioni di recupero

**98%** nel 2022  
vs  
**96%** nel 2021

## Dettaglio gestione fine-vita rifiuti prodotti a livello di Gruppo

Operazione Recupero (R) o Smaltimento (D)	% rispetto al tot rifiuti generato
<b>R3</b> Riciclaggio/recupero delle sostanze organiche non utilizzate come solventi (comprese le operazioni di compostaggio e altre trasformazioni biologiche)	<b>43,14%</b>
<b>R13</b> Messa in riserva di rifiuti per sottoporli a una delle operazioni indicate nei punti da R1 a R12 (escluso il deposito temporaneo, prima della raccolta, nel luogo in cui sono prodotti)	<b>22,19%</b>
<b>R10</b> Trattamento in ambiente terrestre a beneficio dell'agricoltura o dell'ecologia	<b>7,75%</b>
<b>D5</b> Messa in discarica specialmente allestita (ad esempio sistemizzazione in alveoli stagni, separati, ricoperti o isolati gli uni dagli altri e dall'ambiente)	<b>7,65%</b>
<b>D15</b> Deposito preliminare prima di uno delle operazioni di cui ai punti da D1 a D14 (escluso il deposito temporaneo, prima della raccolta, nel luogo in cui sono prodotti)	<b>5,27%</b>
<b>R1</b> Utilizzazione principalmente come combustibile o come altro mezzo per produrre energia	<b>4,18%</b>
<b>D13</b> Raggruppamento preliminare prima di una delle operazioni di cui ai punti da D1 a D12	<b>3,34%</b>
<b>R5</b> Riciclaggio/recupero di altre sostanze inorganiche	<b>3,21%</b>
<b>D1</b> Deposito sul o nel suolo (ad esempio discarica)	<b>1,79%</b>
<b>D9</b> Trattamento fisico-chimico non specificato altrove nel presente allegato, che dia origine a composti o a miscugli eliminati secondo uno dei procedimenti elencati nei punti da D1 a D12 (ad esempio evaporazione, essiccazione, calcinazione, ecc.)	<b>0,77%</b>
<b>R12</b> Scambio di rifiuti per sottoporli a una delle operazioni indicate da R1 a R11	<b>0,49%</b>
<b>R4</b> Riciclaggio/recupero dei metalli e dei composti metallici	<b>0,19%</b>
<b>D10</b> Incenerimento a terra	<b>0,02%</b>
<b>R9</b> Rigenerazione o altri reimpieghi degli oli	<b>0,004%</b>

## Rifiuti tipici del settore cartario



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

## 3.10 BILANCIO QUANTITATIVO FINALE

	unità di misura	2020	2021	2022	obiettivi di sviluppo sostenibile	
<b>Produzione totale</b>						
	<b>CARTIERA</b>	t	346.401	351.498	<b>355.905</b>	
	<b>CARTOTECNICA</b>	t	230.377	245.582	<b>278.943</b>	
<b>Risorse idriche</b>						
	<b>ACQUA PER TONNELLATA DI CARTA PRODOTTA</b>	m <sup>3</sup> /t	10,80	10,11	<b>9,51</b>	
<b>Risorse energetiche</b>						
	<b>INTENSITÀ ENERGETICA</b>	Gj/t	7,94	7,81	<b>7,23</b>	
<b>Emissioni in atmosfera</b>						
	<b>INTENSITÀ EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>e</b>	Kg CO <sub>2</sub> e/t	469,66	452,74	<b>400,94</b>	
<b>Rifiuti</b>						
	<b>RIFIUTI PRODOTTI PER TONNELLATA DI CARTA PRODOTTA</b>	t/t	0,244	0,243	<b>0,243</b>	
	<b>PERCENTUALE RIFIUTI A SMALTIMENTO SUL TOTALE DEI RIFIUTI PRODOTTI</b>	%	34	20	<b>19</b>	 
<b>Movimentazione su rotaia</b>						
	<b>TOTALE TONNELLATE TRASPORTATE SU ROTAIA</b>	t	21.910	17.156	<b>12.777</b>	 
<b>Settore skin care</b>						
	<b>PRODUZIONE TOTALE</b>	t	9.797	7.732	<b>7.358</b>	
	<b>CONSUMO TOTALE ACQUA</b>	m <sup>3</sup>	8.751	7.306	<b>7.185</b>	
	<b>CONSUMO SPECIFICO ACQUA</b>	m <sup>3</sup> /t	0,89	0,94	<b>0,98</b>	



# # trust me





# Marketing & Comunicazione

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

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

# 4.1 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE CORPORATE

Il piano di Comunicazione Corporate 2022 ha tenuto conto della mappatura degli stakeholder, della revisione dell'analisi di materialità e degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati come prioritari dall'Azienda, descritti nel capitolo 1.

**L'attività di comunicazione nel 2022 si è concentrata principalmente sulle seguenti tematiche rilevanti:**



La strategia di relazione con i Media ha portato un aumento di circa il 30% degli articoli dedicati a Lucart rispetto all'anno precedente sia sulle testate locali, sia sulla stampa generalista nazionale, sia sulla stampa trade. L'Azienda è stata costantemente citata negli articoli di scenario dedicati all'industria della carta con spazio e visibilità riservati ai leader di mercato. Da evidenziare gli articoli usciti sui principali inserti economici nazionali che hanno contribuito al posizionamento dell'Azienda come leader sulle tematiche di sostenibilità nel settore cartario e non solo.

L'attività di relazione con i Media è stata portata avanti anche in Francia, Ungheria e Spagna con buoni risultati in termini di posizionamento.



**Per collegarsi ai file media, inquadra con la fotocamera dello smartphone il qr code**



COMUNICAZIONE TV, RADIO, WEB, STAMPA, EDITORIA

Presenza sui Media italiani



Lucart su Rai3

Il giornalista Federico Monechi ha dedicato [un servizio](#) al progetto di teleriscaldamento realizzato dall'Azienda in collaborazione con il Comune di Castelnuovo di Garfagnana che permetterà di utilizzare il calore in eccesso generato dalla turbina presente nello stabilimento Lucart per riscaldare gli impianti della Cittadella dello sport locale.



Corriere della Sera

Intervistato sulla prima pagina dell'[inserto L'Economia del Corriere della Sera](#), Massimo Pasquini, Amministratore Delegato del Gruppo Lucart, ha descritto i progetti da realizzare al fine di raggiungere gli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.



Affari e Finanza Repubblica

Sull'inserto "Affari & Finanza" di Repubblica, è uscita una intervista al CFO di Lucart, Andrea Fano, dove sono riportati i dettagli delle strategie di investimento di 200 milioni di euro per i prossimi 5 anni.

## #SustainabiliTALKS

Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager di Lucart è stato [intervistato](#) da Federico Fioretto per raccontare l'importanza di comunicare la sostenibilità e di come Lucart si stia impegnando per rendere il suo modello di business più sostenibile.



## PMI Heroes

Lucart è stata ospitata all'interno de PMI Heroes, la serie podcast di Banca Ifis che dà voce alle imprese che si sono distinte nell'ambizioso percorso a sostegno della transizione sostenibile del sistema economico-produttivo italiano.

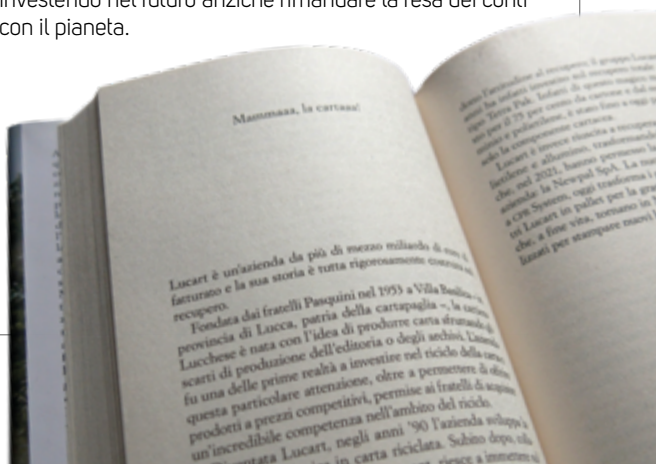
Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager di Lucart ha [raccontato](#) l'impegno dell'Azienda nel promuovere modelli sostenibili di produzione e consumo della carta, per contribuire al raggiungimento dell'SDG12 dell'Agenda 2030.



## Io e i Green Heroes, perchè ho deciso di pensare verde

Dopo essere stata selezionata dal noto attore italiano Alessandro Gassmann e dal Kyoto Club fra i #GreenHeroes, nell'omonima rubrica che l'attore tiene ogni settimana nell'inserto del "Venerdì" di Repubblica, Lucart è stata inserita anche fra i 100 Green Heroes raccontati dall'attore nella sua autobiografia "Io e i Green Heroes. Perché ho deciso di pensare verde".

Per Gassman i #GreenHeroes sono uomini e donne coraggiosi che dimostrano come sia possibile creare valore e lavoro anche prendendosi cura del posto in cui si vive, investendo nel futuro anziché rimandare la resa dei conti con il pianeta.



## Presenza sui Media internazionali

### Presenza sui Media francesi

Lo stabilimento di Laval sur Vologne è stato protagonista di numerosi articoli su testate locali e nazionali in occasione della comunicazione dei nuovi investimenti dedicati al mercato francese.

Si ricordano in particolare le seguenti uscite:

L'[Echo des Vosges](#), intervista radiofonica su Radio Classique, [Emballages Magazine](#), [Voges Matin](#), [Usinenouvelle](#).

**Le fabricant de papiers d'hygiène Lucart injecte 80 millions d'euros en vue d'élargir la carrure de sa papeterie vosgienne**

Publié le 14 décembre 2021 par Philippe Buhlinger



Vosges

#### Thiriet et Lucart arrivent sur la Zac de Nomexy

Validées en fin d'année dernière avec la communauté d'agglomération d'Épinal, les deux entreprises vosgiennes que sont Thiriet et Lucart vont investir sur la Zac de Nomexy afin d'y construire deux plateformes logistiques. Quel...

Philippe WOLLE - 30 mars 2022 à 00:30 (mis à jour le 30 mars 2022 à 09:29 - Temps de lecture : 2 min)

1 ou 2022-03



#### 7,6 milliards de briques transformées en papiers d'hygiène

Pour les habitants de cet article: [Emballages Magazine](#), [Vosges Matin](#), [Usinenouvelle](#)

Lucart, spécialiste italien des papiers pour l'hygiène, a évité utilisation de 3.3 millions d'arbres entre 2013 et 2021.



### Presenza sui Media spagnoli

Lucart Tissue & Soap S.L.U. è stata protagonista di alcune uscite sulle principali riviste di settore. Ricordiamo, in particolare, l'intervista a Daniel Reloso, Direttore Commerciale di Lucart Tissue & Soap, sulla rivista [Limpiezas](#), la principale rivista spagnola nel settore dell'igiene.



### Presenza sui Media ungheresi

Le riviste specializzate ungheresi hanno dedicato ampio spazio a Lucart Kft. soprattutto in occasione della pubblicazione del Rapporto di Sostenibilità e del raggiungimento della certificazione Ecovadis con livello Platinum.

Da segnalare, in particolare, gli articoli pubblicati su [Portfolio](#), [RTVE](#), [Store Insider](#), [Dorogi Medence](#), [TradeMagazin](#), [Üzletem](#), [TermekMix](#).

#### Üzleti hősoket díjaznak – A Lucart támogatja az Atlas Awardot

© 2020. 06. 02. 20:29

LUKART

csinálta:

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

© Lucart Group

Élko, fenntarthatóság, innováció: az Atlas Award célja, hogy felhívja a figyelmet ezen értékek fontosságára, és elismerje azokat az üzleti hősoket, akik mindezeket magukénak tartják. A nevezéseket szeptember 18-ig várjuk, győzelmi október 6-án hirdetjük. A Magyarországon Nyugat-Európa jelentővő része Lucart Csoportnál is...

BIZNISZ PODCAST





## COMUNICAZIONE DIGITAL

### Sito Corporate Lucart

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

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



### Social Network

L'account Lucart Group su LinkedIn ha segnato nel 2022 una grande crescita in numero di contatti e interazioni segnando una crescita di follower del 21,6%.

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



## Newsletter "The Lucart Zone"

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

Nel 2022 il tasso di apertura delle newsletter nelle diverse lingue, si è confermato intorno al 50% raggiungendo gli obiettivi prefissati per lo strumento.

Tasso di apertura  
**50%** circa



**Lo scorso 30 giugno è stato presentato a Lucca, nel corso dell'evento "Carta Canta - Essere Green Heroes", il 17° Rapporto di Sostenibilità di Lucart, il primo ad essere valutato da un ente certificatore. Nel documento emerge chiaramente la passione e la cura per le persone e per gli ambienti in cui vivono e lavorano, impegni che hanno portato la nostra azienda a essere annoverata tra le eccellenze italiane selezionate da Alessandro Gassman tra i**

On the occasion of World Recycling Day, on March 18th, we decided to give a preview of the new environmental goals achieved through the Natural Project, the crown jewel of our technology applied to sustainability that allows us to recover Tetra Pak beverage cartons. In the 2013 - 2021 period, the Natural Project has allowed us to:

- Recover more than 7.6 billion

**Le SDG 12, souhaite garantir le bien-être de la population à travers l'accès à l'eau, à l'énergie et aux aliments, réduisant également l'exercice de consommation des ressources naturelles. Les modèles actuels de production et consommation comportent un gaspillage important de ressources et un dommage des écosystèmes au niveau global. On estime que la population mondiale atteindra les 9,6 milliards d'ici 2050 ; avec des chiffres élevés, il faudra les ressources**

Por su compromiso con los temas relacionados con la sostenibilidad -medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles- el Grupo ha obtenido el nivel más alto de calificación para la responsabilidad social corporativa por parte de la agencia

November 8. és 11. között a Lucart immár hatodik alkalommal vett részt a **Béni városában 25. alkalommal megrendezett Ecomondo vásáron**, amely az ökológiai átalánosság, a körforgásos és regeneratív gazdaság európai és mediterrán referenciásemélye.

A körforgásos gazdaság témájú, az **EcoNatural** projektnak szentelt standot képekkel, videókkal és bemutatóanyagokkal, valamint az újrahasznosított társas kartondobozokból nyert poliszter



## ALTRE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E PUBBLICHE RELAZIONI

### Calendario Lucart

Lucart, per la settima edizione del calendario aziendale, ha affidato il racconto della propria storia e la celebrazione del 70° anniversario a [Nicolò Canova](#), creativo torinese che ha ideato dodici illustrazioni in esclusiva, una per ogni mese dell'anno. Un calendario che ripercorre la storia e i valori dell'Azienda, con un racconto che va dalle origini della tradizione tecnologica cartaria, all'attenzione per l'etica e la sostenibilità ambientale portata avanti negli anni dal Gruppo e sempre con uno sguardo rivolto al futuro.

"La carta non è solo un prodotto, ma il punto di partenza di un percorso continuo di miglioramento ed evoluzione, come azienda e come famiglia" commenta Nicolò Canova. "I diversi prodotti diventano finestra immaginaria per viaggiare nel suo passato, presente e futuro".



### Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili di Assindustria Venetocentro

Continua la collaborazione al "Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili" promosso da Assindustria Venetocentro e coordinata da Mario Paronetto. Le 43 società aderenti condividono, attraverso incontri dedicati e visite degli stabilimenti, le pratiche messe in atto in tema di modelli di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale di impresa. Dopo la sospensione dovuta alla pandemia, gli incontri si sono svolti nuovamente in presenza.





## 4.2 ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE AWAY FROM HOME



*Naturally advanced*

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



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

Un impegno verso la sostenibilità certificato da risultati concreti e comprovato inoltre dalla dichia-

razione ambientale di prodotto (EPD®) sui prodotti in carta riciclata.

Un'attenzione alla sostenibilità economica oltre che ambientale con la proposta di soluzioni di dispensazione che riducono i consumi e i costi in uso.

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



### Sustainable Packaging Programme

Il brand nel corso del 2022 ha implementato l'utilizzo di soluzioni sostenibili per il confezionamento dei propri prodotti.

I packaging primari precedentemente in polietilene vergine sono stati sostituiti, laddove tecnicamente possibile, prediligendo confezionamenti in carta riciclata o in plastica riciclata. Anche il confezionamento secondario ha adottato laddove possibile materiali in plastica riciclata.

Così facendo Lucart Professional rimarca ancora il proprio impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti. Per approfondimenti si rimanda al Capitolo 1.



## Progetto EcoNatural

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

Un sistema virtuoso che abbatte il peso dei rifiuti sull'ambiente e che ha permesso a Lucart di diventare un **punto di riferimento per l'economia circolare in Europa**. Dal 2021 l'energia elettrica utilizzata nelle fasi di produzione e trasformazione dei prodotti EcoNatural deriva al 100% da fonti rinnovabili.

I prodotti EcoNatural realizzati nello stabilimento francese di

Laval Sur Vologne sono inoltre certificati CradletoCradle™. Nel corso dell'anno 2022 i sistemi di dispensazione realizzati con l'alluminio e il polietilene contenuti nei cartoni per bevande hanno ottenuto la certificazione Remade in Italy®, che attraverso test condotti da laboratori accreditati Bureau Veritas, definisce la percentuale di materiale riciclato contenuto nel prodotto.



La gamma dei sistemi EcoNatural si è arricchita con la versione bianca dei dispenser, anch'essi certificati Remade in Italy®.

Nel 2022 l'Azienda si è focalizzata nel diffondere la conoscenza del progetto EcoNatural attraverso la partecipazione alle più importanti

fiere di settore a livello internazionale: InterClean 2022 ad Amsterdam, Cleantek a Oporto e sponsorizzando l'evento Forum Pulire a Milano. Un impegno concreto per confermare la costante vicinanza del Brand Lucart Professional ai suoi clienti e lungo tutta la filiera commerciale.

## Identity

La gamma di sistemi di dispensazione Identity unisce performance, igiene, affidabilità costruttiva e riduzione dei costi in uso e dei tempi di manutenzione e nel corso del 2022 si è arricchita di nuovi prodotti che riflettono perfettamente questi valori.

- **Identity Toilet** dispenser con Stub-roll, il dispenser di carta igienica a taglio automatico con l'innovativo meccanismo interno che permette di utilizzare fino all'ultimo strappo il rotolo in uso, per una riduzione degli sprechi;
- **Identity Handtowel** dispenser con smooth cut, che garantisce una gradevole esperienza di utilizzo grazie al sistema interno di erogazione ultra fluida;
- **Identity Touch Free Towel** dispenser, dotato di sensore elettronico sensibile al movimento che permette la fuoriuscita della carta in modo automatico, garanzia di igiene riducendo il rischio di possibili contaminazioni;
- **Identity Soap 1000**, il sistema di dispensazione per la nuova e ampia gamma di saponi 100% Made in Lucart, garanzia di qualità e controllo della filiera.



## Modello di Business Circolare Municipal Material Cycle - MMC®

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

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

Il funzionamento del progetto richiede il coordinamento di numerosi soggetti: i cartoni per bevande usati sono raccolti dalle famiglie di studenti. Attraverso il coinvolgimento dell'a-

zienda locale per lo smaltimento dei rifiuti, Lucart riceve i cartoni per bevande usati e li trasforma in nuovi prodotti della linea Lucart Professional EcoNatural. I prodotti

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

In Slovenia MMC® è attivo in 4 municipalità con una copertura del 22% della popolazione nazionale.

L'esportazione del virtuoso modello Sloveno in Slovacchia ha consentito di implementare MMC® in due municipalità raggiungendo il 5% della popolazione.

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



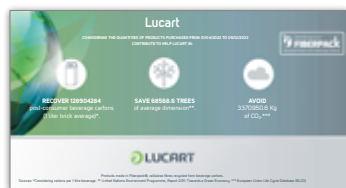
## Tree Challenge

L'incentivazione su scala internazionale Tree Challenge nasce con l'obiettivo di creare maggiore consapevolezza intorno al progetto EcoNatural e maggiore sensibilità verso progetti ad alto contenuto ecosostenibile.

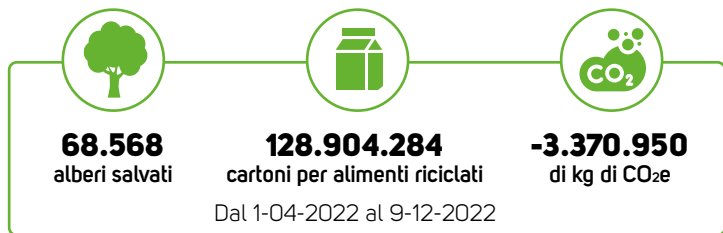
La competizione internazionale è rivolta ai venditori dei propri partner principali premiando, sulla base del livello maturato, i più efficaci nel salvare gli alberi con uno o più premi sostenibili.

Gli alberi salvati rappresentano il metodo di calcolo della stessa incentivazione, che mantiene la caratteristica fondamentale della gamma di prodotti sulla quale si basa: la sostenibilità. I venditori dei

partner partecipanti hanno, da un lato, la possibilità di incrementare il loro personale numero di alberi salvati gareggiando tra loro e, dall'altro, ottenere il loro contestuale **Certificato di Risparmio Ambientale** sul quale vengono riportati, oltre agli alberi salvati, anche la CO<sub>2</sub>e non emessa e i cartoni per bevande recuperati. Fino ad oggi Lucart, grazie alla campagna di incentivazione



Tree Challenge, ha permesso di salvare nel 2022 oltre 68 mila alberi e ha evitato di immettere nell'ambiente oltre 3 milioni di kg di CO<sub>2</sub>e.



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

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

Il progetto mira a:

- ① sviluppare un programma di studi sull'economia circolare per l'istruzione scolastica;
- ② sviluppare un kit didattico sull'economia circolare;
- ③ formare i docenti sull'insegnamento dell'economia circolare utilizzando la metodologia Eco-School delle sette fasi di apprendimento attraverso lo sviluppo di progetti;
- ④ aumentare la consapevolezza dei soggetti interessati per quanto riguarda il ciclo produttivo, dalle materie prime al prodotto finale, il loro impiego, le modalità di riutilizzo, riduzione, riciclo/ricondizionamento.



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

I valori di E-SPACE sono stati esportati con un progetto indipendente di Lucart Professional in Spagna, coinvolgendo un ulteriore partner commerciale locale. Altri 54 istituti scolastici verranno, quindi, a breve attivati per implementare attivamente il progetto di economia circolare.



# FATO

YOUR PERSONAL TABLE STYLIST

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



Nel 2022 i prodotti in airlaid in tinta unita del brand Fato, hanno ottenuto la certificazione Ok Compost, migliorando così le prestazioni ambientali della gamma.

Nuovi colori e decori hanno arricchito la linea Tablewear in carta a secco: le nuove cromie dai toni delicati, sono ispirate agli elementi della natura quali il legno e la pietra. Nuovi abbinamenti che si affiancano alla palette già in gamma per creare

raffinate combinazioni e per portare a tavola un tocco green in più.

Lo stile del Made in Italy che contraddistingue la linea Tablewear garantisce un'esperienza di qualità paragonabile a quella del tessuto.

Nel corso dell'anno, tutti i materiali di marketing di supporto ai rivenditori sono stati riprogettati per facilitare la personalizzazione dell'arredo della tavola.



# Velo

Cresce la gamma, cresce la sostenibilità.



Velo amplia la propria gamma con nuovi prodotti certificati ecologici e dal basso impatto ambientale, insieme a nuovi confezionamenti in carta riciclata e riciclabile.

Nel 2022 l'impegno del brand non si è concentrato soltanto sul prodotto, ma anche sul suo confezionamento intraprendendo un percorso di riduzione delle

plastiche vergini negli imballaggi in favore di involti in carta o in plastiche riciclate.

Il tutto attestato dal "Sustainable Packaging Programme" che rappresenta l'impegno programmatico dell'azienda nei confronti dell'ambiente in merito ai confezionamenti dei prodotti.

La gamma dei dispenser Identity è stata arricchita con due nuove referenze:



**Identity Touch Free Towel Dispenser**, che integra l'attuale gamma aggiungendo un dispenser elettronico di asciugamani in rotolo con tecnologia no-touch.



**Identity Soap 1000**, nuovo dispenser manuale del sistema Identity dotato di una ricarica di sapone realizzata nello stabilimento spagnolo di Artziniega, disponibile sia nella versione schiuma sia nella versione sapone liquido.





## 4.3 ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE CONSUMER

# Tenderly®

Una nuova gamma ricca di valori per il consumatore con l'obiettivo di trasmettere:

- ⑤ maggiore morbidezza;
- ⑤ sostenibilità delle materie prime e del packaging;
- ⑤ trasparenza verso il consumatore.

Tenderly è oggi disponibile in 5 sottofamiglie: La Carta Igienica, Carezza di Latte, Vintage Edition, Soft Breeze e Salvaspazio.



### Soft Breeze

Novità del 2022, nata dalla sinergia tra lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana e il team R&D, **Tenderly Soft Breeze** è un prodotto che unisce la morbidezza della nuova formula Tenderly con un delicato profumo ideale per la sala da bagno.

### I Fazzoletti

I fazzoletti **Tenderly** da anni accompagnano le famiglie italiane. Disponibili nella versione "Classici" oppure "Eco-Classici", questi ultimi si presentano con l'involto esterno in carta riciclata e con il pacchettino in Mater-Bi, avendo di fatto eliminato la plastica vergine dal packaging. Infine, per i più piccoli completa la gamma la linea **Tenderly Baby**, nata in collaborazione con Disney.





## Campagna "Tenderly Academy"

Giunta al secondo anno la campagna **Tenderly Academy** vuole contribuire a creare un mondo più "tenero" facendo riscoprire agli adulti valori di rilievo. I professori sono i bambini, capaci di tradurre concetti complicati grazie alla loro innata ingenuità e purezza. A sostegno della marca, importanti investimenti in comunicazione hanno coperto l'intero arco dell'anno, su piattaforme tradizionali e digitali.

## Partnership con Save the Children



Anche nel 2022 Tenderly è stata a fianco di Save the Children per il progetto **Spazio Mamme**, luoghi in cui i genitori sono accompagnati durante le tappe più importanti della crescita dei propri figli. Luoghi che promuovono l'inclusione dei bambini tra 0 e 6 anni che vivono una situazione di marginalità, permettendo loro di avere a disposizione gli strumenti adeguati per ogni fase della loro crescita. Il sostegno di Tenderly non è solo economico ma si concretizza anche attraverso una campagna di comunicazione volta a sensibilizzare i consumatori sui canali social della marca.



© Housedada per Save the Children

## Partnership con Make A Wish

Nel corso dell'anno la tenerezza Tenderly ha continuato a portare sostegno concreto a **Make A Wish**, la Onlus di respiro internazionale che esaudisce i desideri di bambini affetti da gravi patologie. Un impegno confermato e rafforzato con 8 desideri esauditi nel 2022.



## Chili

A Natale 2022, in collaborazione con Chili, Tenderly ha lanciato l'iniziativa **#CINECOCCOLE**. Ogni giorno dall'1 al 25 Dicembre i consumatori Tenderly hanno avuto la possibilità di acquistare un film sulla piattaforma Chili ad un prezzo super scontato.



## Partnership con Mus.e

Nel 2022 è proseguita la partnership con i musei fiorentini, volta a sostenere le iniziative del **Mus.e Firenze**. La Onlus si occupa di valorizzare e di raccontare attraverso le attività di mediazione culturale il patrimonio civico della città toscana a chiunque sia desideroso di comprenderlo e apprezzarlo e di facilitare la fruizione dell'offerta culturale a beneficio dei pubblici speciali. Il sostegno di Tenderly, pensato per avviare una serie di iniziative dedicate appunto ai pubblici speciali, non si è fermato nonostante la chiusura delle strutture museali. Una serie di rubriche ed eventi di comunicazione social condivise con il Mus.e hanno permesso di canalizzare interesse sia da parte dei follower Tenderly sia di nuovi contatti.

## Lucca Comics '22 "Hope"

Tenderly è main sponsor anche dell'edizione 2022 del Lucca Comics che, dopo lo stop dovuto alla pandemia, è tornato a raggiungere i numeri importanti di presenze e iniziative a cui ci aveva abituato.



# Tutto®

Tutto prosegue la sua spinta di innovazione per offrire una gamma completa di prodotti per la casa e la cucina.

## Tutto Pannocarta Cube

È il pratico formato da 40 panni per una pulizia "al cubo". Biodegradabile e compostabile, è ideale come catturapolvere, come spugna assorbente o come panno multiuso. È realizzato al 100% con energia fotovoltaica.



## Tovaglioli Tutto

Nasce nel 2022 la nuova linea di Tovaglioli Tutto in 4 diverse declinazioni: **Tutto a Tavola**, per i pranzi e le cene di tutti i giorni, **Tutto Charme** per una tavola ecosostenibile, **Tutto Party** pensato per le feste e **Tutto Elite** per le occasioni speciali.



## Tutto 3 in 1 uno per tutto

1 <sup>/3</sup>  
**Carta**



**FRITTI  
CROCCANTI E  
ASCIUTTI**

2 <sup>/3</sup>  
**Panno**



**ULTRA  
RESISTENTE  
BAGNATO**

3 <sup>/3</sup>  
**Spugna**



**ASSORBE IL 50%  
IN PIÙ DEI  
NORMALI ROTOLI**



## Campagna "USA, USA, USA...E GETTA" #tu come lo usi?

Nel 2022 Tutto è protagonista in comunicazione con una forte campagna social che ha ottenuto importanti risultati in termini di Awareness ed Engagement. La campagna "Usa, Usa, Usa...e Getta" mette in risalto la versatilità e il riutilizzo di Tutto Pannocarta "educando" il consumatore su tutti i possibili

utilizzi. Il video "hero" da 30" lanciato a inizio campagna è stato poi declinato in formati da 10" e 15" lanciati in TV rispettivamente a maggio e dicembre con due campagne che hanno lavorato sui target in affinità sul brand ma anche su reti generaliste per massimizzare la reach della campagna.



## Campagna #TuComeLoUsi?

Nel secondo semestre un'estensione della campagna "Usa, Usa, Usa...e Getta" ha visto protagonisti i consumatori fidelizzati di Tutto Pannocarta che si sono fatti portavoce di tutti i possibili utilizzi, anche quelli più alternativi, che si possono fare con il prodotto.

## Product Placement e Telepromozioni

Confermata l'ormai storica presenza di Tutto Pannocarta come partner di "Cotto e Mangiato" su Italia 1 in entrambe le stagioni del 2022.

L'esteso utilizzo del prodotto ha ampiamente consolidato la comunicazione sulle caratteristiche uniche di un prodotto realizzato con la tecnologia airlaid.

A dicembre, per una settimana, Tutto è entrato nelle case di milioni di italiani durante la trasmissione "Caduta Libera" con un portavoce di eccezione: **Gerry Scotti**.

Il popolare presentatore in un long video di 40" ha spiegato le caratteristiche che rendono Tutto Pannocarta un prodotto unico sul mercato.







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

L'impegno di Lucart nella ricerca di soluzioni ecologiche e innovative per ridurre l'impatto ambientale, ha prodotto nel 2022 nuovi importanti risultati. Grazie EcoNatural, oltre a essere prodotta con carta riciclata dai cartoni per bevande pone particolare attenzione al packaging esterno ed è oggi disponibile in due versioni: una con plastica riciclata al 60% e una con carta 100% riciclata per ridurre al massimo l'utilizzo della plastica all'interno dei propri prodotti. Tutte le confezioni sono riciclabili.



### E-Commerce

Per massimizzare la distribuzione di Grazie EcoNatural, nel secondo semestre 2022 Lucart ha stretto una collaborazione con Probios, azienda toscana leader nella distribuzione di prodotti ecologici. I consumatori Grazie EcoNatural possono oggi acquistare direttamente dall'e-commerce di Probios con una pagina dedicata al brand Grazie.



### Comunicazione Social

La Campagna "Bisogni" giunge al quarto anno e continua a stupire per il modo con cui riesce a coniugare messaggi socialmente rilevanti con un tono ironico e giovane. Per rendere ancora più di impatto la comunicazione nel mercato francese, Grazie EcoNatural ha avviato diverse collaborazioni con influencer strettamente legate a valori di ecosostenibilità per "spiegare" con una voce amica dei consumatori i valori di Grazie EcoNatural.

### Blog

Il sito internet [www.Grazie.it](http://www.Grazie.it) si arricchisce con un blog di approfondimento su tutti i temi dedicati all'educazione ambientale. Grazie EcoNatural, con i suoi consigli, si pone l'obiettivo di diventare il punto di riferimento Green per i consumatori, andando oltre alle sole abitudini di consumo.



## 4.4 PREMI

### 30° Ecolabel

Ecolabel, in occasione della celebrazione dei suoi 30 anni, ha premiato Lucart con una "Menzione speciale V Edizione, per la migliore campagna pubblicitaria e di marketing". Nel 1996 Lucart è stata la prima azienda italiana a ottenere il marchio di qualità ecologica rilasciato dall'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi a basso impatto ambientale.



### HC Home Care Awards

Alberto Bochicchio, National Account Manager di Lucart, ha ritirato il premio degli HC Home Care Awards, un premio d'eccellenza organizzato da Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup, assegnato dagli operatori del mondo retail alle aziende che si sono distinte nell'ideazione e realizzazione di attività di marketing e comunicazione. Grazie EcoNatural ha ottenuto il riconoscimento per il suo packaging realizzato in carta riciclata e anche il premio per la campagna "Bisogni" pubblicata sui canali social del brand.

### CONAI per l'eco-design degli imballaggi

Il Gruppo Lucart ha preso parte al progetto "Pensare futuro" ideato dal CONAI (Consorzio Nazionale Imballaggi) per promuovere una cultura orientata all'eco-design del packaging ed è stato premiato, tra le aziende riconosciute per aver investito in attività di prevenzione rivolte alla sostenibilità ambientale dei propri imballaggi, per i packaging in carta come soluzione più innovativa ed ecosostenibile introdotta sul mercato nel 2020-2021.



## 4.5 PARTECIPAZIONI A CONVEGNI

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



### Green Talk

Massimo Pasquini, CEO del Gruppo, ha preso parte come relatore al Green Talk organizzato da Rcs Academy "Filiera, industria e manifattura: la sostenibilità dei processi produttivi" per parlare di sostenibilità dei processi produttivi della filiera e dell'industria.



### Richmond Future Factory Forum

Massimiliano Bartolozzi, Chief Information Officer, ha partecipato come relatore al più importante evento internazionale dedicato all'innovazione nel mondo della produzione e della logistica portando l'esempio di Lucart.



### Convention Day Harpalis

Massimo Pasquini, CEO del Gruppo, ha partecipato alla Convention Day del Network Harpalis per raccontare la Case History di successo dei progetti di Sostenibilità implementati dal Gruppo Lucart.



### Convegno Nazionale Aiman

Daniele Nori, Chief Operations Officer, ha partecipato alla Tavola rotonda di Aiman per raccontare le Best Practice manutentive per l'industria di processo legate al settore cartario.



### Settimana della Sostenibilità

Tommaso De Luca, Corporate Communication Manager, è intervenuto al convegno organizzato da Assindustria Venetocentro in occasione della Settimana della Sostenibilità per raccontare la strategia di sostenibilità adottata dall'Azienda.





## Paper Week

Si è svolta a Genova la Paper Week, settimana dedicata a iniziative volte a svelare curiosità e segreti sul processo del riciclo di carta e cartone. Guido Pasquini, Senior Sustainability Advisor ha partecipato in qualità di relatore Lucart.



## CFO Summit 2022

Andrea Fano, CFO di Lucart, è intervenuto al CFO Summit 2022, evento organizzato da Business International per aprire un confronto sull'evoluzione del ruolo del CFO nelle strategie sostenibili del nuovo decennio.



## EcoForum

Come da tradizione siamo stati tra i protagonisti della IX edizione di EcoForum, la Conferenza Nazionale sull'Economia Circolare organizzata da Legambiente, Nuova Ecologia e Kyoto Club, in collaborazione con CONAI e CONOU. Due giorni di dibattito tra Governo, istituzioni, imprese, consorzi di filiera e operatori di settore, a cui abbiamo avuto il piacere di contribuire raccontando il percorso che ha portato alla nascita di Newpal.



## Forum Issa Pulire

Francesco Pasquini, Chief Sales & Marketing Officer, è intervenuto come relatore alla conferenza plenaria "La gestione integrata dei servizi della nuova normalità" durante la quale ha raccontato come poter supportare la filiera in modo sostenibile e innovativo.



## Forum Alava Objetivo 2023

Daniel Rellosio, Direttore Commerciale di Lucart Tissue & Soap, ha partecipato al Fórum Alava Objetivo 2023, organizzato da Diario De Noticias de Álava, con l'obiettivo di puntare l'attenzione sulle sfide imminenti per permettere la crescita economica della regione di Álava.

## 4.6 COMUNICAZIONE WEB

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

### Istituzionale

🔗 [www.lucartgroup.com](http://www.lucartgroup.com)



### Away from Home

🔗 [www.lucartprofessional.com](http://www.lucartprofessional.com)

🔗 [www.fato.com](http://www.fato.com)

🔗 [www.tenderlyprofessional.com](http://www.tenderlyprofessional.com)

🔗 [www.veloweb.it](http://www.veloweb.it)

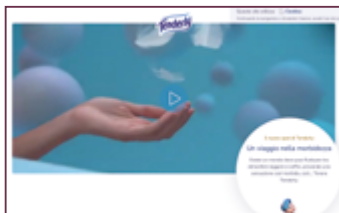
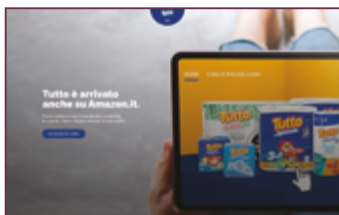


### Consumer

🔗 [www.tenderly.it](http://www.tenderly.it)

🔗 [www.tuttoxtutto.it](http://www.tuttoxtutto.it)

🔗 [www.grazie.it](http://www.grazie.it)



### Acquisti on line

🔗 [grazieshop.it](http://grazieshop.it)



## 4.7 FIERE, EVENTI E SPONSORIZZAZIONI

Nel 2022 il Gruppo ha partecipato, con una propria area espositiva, alle più importanti manifestazioni del settore.



### FIERE



#### **Ecomondo – Fiera Corporate – Rimini, Italia**

Lucart per la sesta volta ha rinnovato la sua partecipazione alla fiera di riferimento in Europa per la transizione ecologica e l'economia circolare presentando il suo modello di business circolare e la collaborazione con Kyoto Club nel progetto "Produrre futuro con i piedi a terra – la green economy che cresce con i progetti di sostenibilità sociale".



#### **Marca – Fiera Consumer – Bologna, Italia**

L'unica fiera italiana dedicata alla Marca Commerciale, una grande vetrina dove si espongono i prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore. Lucart ha rinnovato la sua presenza portando i progetti di sostenibilità abbinati alle innovative linee di prodotti certificati.



#### **PLMA – Fiera Consumer – Amsterdam, Paesi Bassi**

Lucart ha partecipato alla fiera internazionale che riunisce distributori, grossisti e altri professionisti del marchio del distributore insieme ai produttori presentando l'impegno dell'Azienda verso l'ambiente con i prodotti in carta riciclata e tutte le sue novità.



#### **Biofach – Fiera Consumer – Norimberga, Germania**

Fiera annuale dedicata ai prodotti biologici che riunisce fornitori e produttori legati dal tema della sostenibilità ambientale. L'Azienda ha avuto l'opportunità di presentare tutte le innovazioni tecnologiche dei suoi prodotti.



#### **Interclean – Fiera AFH – Amsterdam, Paesi Bassi**

La fiera Internazionale ideale per incontrare un pubblico di professionisti del settore Pulizia Industriale provenienti dall'Europa Centrale, Repubbliche Baltiche, Balcani e Sud-Est Europa.



#### **Cleantek – Fiera AFH – Oporto, Portogallo**

Lucart ha partecipato per la prima volta al salone dedicato ai professionisti della pulizia, dell'igiene professionale, dei servizi di facility e della lavanderia presentando tutti i progetti e i brand della divisione.

## Presentazione Progetto San Giuseppe Jato #GreenHeroes

Durante la fiera Ecomondo, Lucart e Kyoto Club hanno presentato l'iniziativa di giustizia sociale promossa e finanziata da aziende GreenHeroes per la realizzazione di un parco cittadino su terreni confiscati alla mafia nel comune di San Giuseppe Jato in provincia di Palermo.



## Presentazione Rapporto di Sostenibilità 2021

Lucart ha presentato a Lucca, nella splendida cornice del Giardino Botanico e dei sotterranei del Baluardo San Regolo, il 17° Rapporto di Sostenibilità, il primo certificato da un ente terzo, nel corso dell'evento "Carta Canta – Essere Green Heroes". L'evento, moderato dalla giornalista ambientalista Tessa Gelisio, ha visto la partecipazione di Francesco Ferrante, Vicepresidente di Kyoto Club, Annalisa Corrado, coordinatrice del progetto #GreenHeroes, Giuseppe Consentino, Head of National Relations di ERG SpA, Monica Artosi, Direttore Generale CPR System, Fulvio Passalacqua, Senior Key Account Manager Enel X, Gian Marco Salcioli, Head of Strategic Marketing IMI Corporate & Investment Banking di Intesa Sanpaolo, e Massimo Medugno, Direttore Generale Assocarta.



## Tour "Avvicina" dei senatori del Partito Democratico Italiano

Le sfide del settore cartario e le opportunità di rilancio energetico legate allo sviluppo delle rinnovabili, impianti di cogenerazione e utilizzo degli scarti di produzione come biomasse sono state al centro della visita della delegazione dei senatori del Partito Democratico presso lo stabilimento Lucart di Borgo a Mozzano (LU).



L'incontro è avvenuto nell'ambito della tappa lucchese del tour "Avvicina", l'iniziativa che il gruppo dei senatori del Partito Democratico ha organizzato per



confrontarsi con parti sociali, istituzioni e imprese del territorio sulle opportunità del PNRR e sui rischi dell'attuale congiuntura economica e sociale.





## Inaugurazione arredi urbani riciclati – Lucca

Dalla sinergia fra tre realtà strategiche del territorio, Comune di Lucca, R3direct e Lucart, è nato **U.S.E. - Urban Safety Everyday**, progetto di arredo urbano realizzato in stampa 3D partendo dal materiale recuperato dai cartoni per bevande tipo Tetra Pak® fornito dall'Azienda. Attraverso questa iniziativa - inaugurata nel centro storico di Lucca in occasione della **Giornata mondiale del riciclo** - le tradizionali barriere in cemento, utilizzate per proteggere le folle nei luoghi strategici delle città, vengono trasformate in veri e propri oggetti di design, esteticamente gradevoli e dotati di diverse funzioni utili al cittadino.

## LAN – Lucart Accelerator Network

Dopo l'interruzione dovuta alla pandemia, nel 2022 Lucart Professional è nuovamente riuscita a incontrarsi con i propri principali "Acceleratori": un network di distributori presenti sull'intero territorio mondiale, grandi sostenitori di Lucart e sempre pronti a recepire attivamente e proattivamente novità e stimoli da parte dell'Azienda.

La sostenibilità e l'economia circolare costituiscono le fondamenta sulle quali si andranno a costruire progetti congiunti a medio-lungo termine. La voglia di ritrovarsi e il rinnovato desiderio di confrontarsi e condividere, ha portato l'evento a riscuotere un enorme successo: si sono intervallati momenti di presentazione delle innovazioni Lucart Professional, attività di condivisione da parte degli Acceleratori di propri casi di successo e momenti di workshop.



## Visita del Ministro Del Lavoro e delle Politiche Sociali ad Avigliano (PZ)

Il tour potentino del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali Andrea Orlando ha fatto tappa nello stabilimento Lucart di Avigliano. Accompagnato dal presidente di Confindustria Basilicata, Francesco

Somma, e accolto da Saverio Sarubbo, Direttore dello stabilimento, il Ministro ha potuto visitare il polo integrato per la produzione e la trasformazione di prodotti in carta super-assorbenti, per poi ascoltare attentamente le istanze e le soluzioni poste dai responsabili dello stabilimento, in particolare sulle sfide del settore cartario e sulle opportunità di rilancio energetico per le aziende del territorio.





## Convention VELO

Ormai appuntamento consolidato con tutti i concessionari VELO, occasione annuale in cui il team presenta alla sua rete di concessionari tutte le novità a loro dedicate, per rafforzarne la partnership.

Quest'anno i progetti presentati sono stati:



### PROGETTO ENEL X

Creare una filiera distributiva per i nostri prodotti con il minor impatto possibile in termini di emissione di CO<sub>2</sub>. Attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici e altre tecnologie collegate, l'obiettivo è di produrre energia solare per i consumi di luce, clima e mobilità delle attività dei distributori Lucart, con il supporto di partner quali ENEL X ed Intesa San Paolo.



### PROGETTO VELO TEAM SUPPORT

La crescente multicanalità e le complessità del mercato richiedono una specializzazione delle aziende, per cui si è messo a disposizione un panel di esperti seri ed affidabili che possano supportare il concessionario in fase di pianificazione e crescita delle aziende.



## SPONSORIZZAZIONI



## #GreenHeroes: inaugurato il parco di comunità a San Giuseppe Jato

Lucart ha partecipato, insieme ad altre 19 imprese e associazioni parte della rete dei #GreenHeroes, alla realizzazione di un parco urbano nel Comune di San Giuseppe Jato in Provincia di Palermo. Il progetto, inaugurato nel gennaio 2023, prevede l'arricchimento naturalistico del terreno con 260 piante (alberi e arbusti di diverse specie, tutte tipiche della zona, a tutela della biodiversità).



## Keep Clean and Run

Lucart ha sponsorizzato l'ottava edizione di Keep Clean and Run for Peace (KCR), l'eco-maratona di plogging che dal 2015 attraversa l'Italia per sensibilizzare la popolazione contro il littering, ovvero l'abbandono indiscriminato di rifiuti negli spazi pubblici. Roberto Cavallo e i suoi co-runners hanno portato un forte messaggio di sostenibilità e di attenzione all'ambiente, dando vita ad azioni di pulizia in ciascuno dei Comuni attraversati dalla manifestazione. Nel 2022 l'itinerario della corsa ha toccato anche un tratto della via Francigena passando dallo stabilimento Lucart di Porcari dando la possibilità di coinvolgere il personale dell'Azienda in una azione di plogging congiunto ai runners.



## Puliamo il mondo

Per il secondo anno Lucart ha sostenuto l'iniziativa promossa da Legambiente che coinvolge gruppi di volontari per liberare dai rifiuti e dall'incuria gli spazi cittadini. Il nostro contributo ha supportato le iniziative di raccolta promosse dalle scuole primarie di Porcari e di Borgo a Mozzano.



## Premio Atlas Award

Lucart Kft., è stata sponsor del premio Atlas Award, il riconoscimento dedicato a leader e aziende che si sono distinte in ambito di sostenibilità e innovazione, valori che Lucart da sempre condivide.



## Settimana della Cucina italiana nel mondo

Lucart Kft. ha partecipato in veste di sponsor all'evento presso l'Ambasciata italiana a Budapest in occasione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo. L'appuntamento annuale creato per la valorizzazione della cucina italiana nel mondo ha visto come protagonisti i prodotti in carta Lucart Professional e Fato.



## Forum ISSA Pulire

Lucart ha partecipato al Forum in veste di Main Sponsor, evento che rappresenta un contenitore interattivo nel quale il mondo della produzione e dei servizi condividono progetti di miglioramento.



## EcoForum

L'EcoForum, organizzato da Legambiente, nasce per stimolare un dibattito e un confronto tra Governo, istituzioni nazionali, regionali e locali, imprese, consorzi di filiera, operatori del settore e associazioni. L'Azienda ha sponsorizzato l'evento come Partner Principale.



# ANALISI DEGLI IMPATTI CORRELATI AI TEMI MATERIALI

Tema materiale	Impatti	Tipologia d'impatto	Perimetro
Integrità e sostenibilità del Business	Sanzioni per mancato rispetto della normativa applicabile in materia di corruzione, competitività e fiscalità	Outside-in	Gruppo
	Supporto alla crescita economica dei collaboratori e del territorio	Inside-out	Comunità locale Dipendenti Fornitori
Coinvolgimento degli stakeholder	Maggiore capacità di comprendere, anticipare e soddisfare le aspettative degli stakeholder	Inside-out e outside-in	Gruppo Tutte le categorie di stakeholder
Soddisfazione dei clienti e consumatori finali	Consolidamento del rapporto di fiducia verso l'azienda	Inside-out	Consumatori finali
Sicurezza del prodotto	Danno alla salute dei consumatori	Inside-out	Consumatori finali Clienti
	Sanzioni per danni ai consumatori determinati dal mancato rispetto delle norme sulla sicurezza del prodotto	Outside-in	Gruppo
	Danno reputazionale per segnalazioni negative in tema di sicurezza del prodotto	Outside-in	Gruppo
Diritti Umani	Inadeguata valutazione sul mancato rispetto dei diritti umani e altri impatti sociali arrecati nelle fasi a monte della catena produttiva	Inside-out	Fornitori
Equilibrio lavoro-vita privata	Perdita di forza lavoro e di produttività per condizioni di lavoro insoddisfacenti e/o troppo stressanti	Inside-out	Dipendenti
	Incapacità di attrarre talenti per condizioni di lavoro insoddisfacenti e/o troppo stressanti	Inside-out e outside-in	Gruppo
Impatto Covid-19	Rischio di generare focolai di Covid-19 all'interno dell'azienda	Inside-out e outside-in	Gruppo Dipendenti Comunità locale
Salute e sicurezza dei lavoratori	Danno alla salute dei lavoratori	Inside-out	Dipendenti
	Sanzioni per mancato rispetto della normativa applicabile in materia di salute e sicurezza	Outside-in	Gruppo
	Danno alla reputazione aziendale in caso di incidenti sul lavoro	Outside-in	Gruppo
Sostegno delle comunità locali	Contributo allo sviluppo economico e sociale del territorio	Inside-out	Comunità locale
	Conflitti con il territorio per percezione negativa delle comunità locali nei confronti dell'attività produttiva svolta	Inside-out	Comunità locale
Sviluppo e gestione del capitale umano	Crescita umana e professionale dei collaboratori	Inside-out	Dipendenti
Contrasto ai cambiamenti climatici	Contributo diretto al cambiamento climatico per l'emissione di gas a effetto serra durante il processo produttivo	Inside-out	Comunità locale Azionisti e finanziatori
	Contributo indiretto al cambiamento climatico per l'emissione di gas a effetto serra a monte e a valle del processo produttivo	Inside-out	Comunità locale Azionisti e finanziatori Fornitori Clienti e consumatori finali
Ricerca, Sviluppo e Innovazione	Aumento della competitività dell'azienda	Inside-out e outside-in	Gruppo
	Miglioramento della reputazione dell'azienda	Inside-out e outside-in	Gruppo
	Contributo al passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio grazie allo sviluppo di servizi/prodotti sostenibili e innovativi	Inside-out e outside-in	Gruppo Comunità locale Clienti e consumatori finali
Approvvigionamento e impiego responsabile delle risorse	Inadeguata valutazione dell'impatto ambientale generato nelle fasi a monte della catena produttiva	Inside-out e outside-in	Gruppo Fornitori
Sviluppo sostenibile del prodotto	Depauperamento degli ecosistemi e dei suoli per uso non sostenibile delle risorse e delle materie prime (in particolare le risorse forestali)	Inside-out	Comunità locale
	Depauperamento della risorsa idrica o riduzione della sua disponibilità per altri usi	Inside-out	Comunità locale

# GRI CONTENT INDEX

"Dichiarazione d'uso" Lucart ha redatto un report in conformità agli Standard GRI per il periodo 01/01/2022 - 31/12/2022

GRI 1 utilizzato GRI 1: Foundation 2021

GRI Sector Standard Non applicabile

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Omissione			
			Requisito omissso	Motivazione	Spiegazione	
<b>INFORMAZIONI GENERALI</b>						
<b>INFORMATIVA GENERALE</b>						
<b>GRI 2:</b> Informativa Generale 2021	2-1	Dettagli dell'organizzazione	Nota Metodologica (p 4), 1,2 Stabilimenti del Gruppo (p 20), 1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-2	Entità incluse nel perimetro di rendicontazione	Nota metodologica (p 4)			
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatto di riferimento	Nota metodologica (p 4)			
	2-4	Aggiornamento delle informazioni	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110, nota a piè pagina 1)			
	2-5	Assurance esterna	Dopo Indice GRI			
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Lucart in Sintesi (p 8), 1,5 Aree di Business (p 28), 1,8 Catena di Valore (p 36), 2,6 Relazioni con gli altri stakeholder, Fornitori (p 83)			
	2-7	Dipendenti	2,3 Relazioni con il personale (p 71), 2,4 Struttura del personale Lucart (p 75)			
	2-8	Lavoratori che non sono dipendenti	2,4 Struttura del Personale Lucart (p 75)			
	2-9	Governance e composizione degli organi di governo	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-10	Nomina e selezione degli organi di governo	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-11	Presidente del più alto organo di governo	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella gestione degli impatti	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-13	Delega delle responsabilità nella gestione degli impatti	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-14	Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione della sostenibilità	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-15	Conflitti d'interesse	1,15 Modello di organizzazione (p 50)			
	2-16	Comunicazione delle criticità	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-17	Competenze del più alto organo di governo	1,14 Organizzazione (p 50)			
	2-18	Valutazione delle performance del più alto organo di governo	Non sono ad oggi attive procedure formali di valutazione delle performance dell'organo di governo			
	2-19	Politiche retributive	Non sono ad oggi attive politiche formalizzate sulla retribuzione degli organi di governo e degli alti dirigenti			
	2-20	Processo per determinare la retribuzione	Non sono ad oggi attive procedure formali per la determinazione della retribuzione			
	2-21	Tasso della retribuzione annua totale	2,3 Relazioni con il personale (p 71)	2-21 b	Informazione non disponibile/incompleta	Informazioni sugli anni passati non disponibili da tutte le sedi. La raccolta dati sarà adeguata a partire dal prossimo anno di rendicontazione.

## Tabelle Riepilogative

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Omissione		
			Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
<b>GRI 2:</b> Informativa Generale 2021	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder (p 2)			
	2-23 Impegni strategici	1.6 Vision e Mission (p 32), 1.10 Codice Etico (p 39), 1.11 Certificazioni (p 40)			
	2-24 Attuazione degli impegni strategici	1.6, 1.7, 1.10, 1.11, 1.15, 1.17, 2.6			
	2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	1.17 Gestione del rischio (56)			
	2-26 Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare interesse	1.16 Analisi di Materialità (p 53), Marketing e comunicazione (cap 4, p 121)			
	2-27 Conformità alle leggi e regolamentazioni	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità né sono state pagate sanzioni per inottemperanza a leggi e regolamenti. Con riferimento ai contenziosi in cui è coinvolta la società, si rimanda alla nota integrativa del bilancio d'esercizio, nella sezione dei fondi rischi ed oneri.			
	2-28 Associazioni di appartenenza	2.6 Relazioni con gli altri stakeholder, Organizzazioni non governative e associazioni di categoria (p 86)			
	2-29 Approccio allo stakeholder engagement	1.16 Analisi di Materialità (p 53), 2.6 Relazioni con gli altri stakeholder (p 82)			
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	2.6 Relazioni con gli altri stakeholder, Organizzazioni Sindacati (p 84)			
<b>TEMI MATERIALI</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Nota Metodologica (p 4), 1.16 Analisi di Materialità (p 53)			
	3-2 Elenco dei temi materiali	1.16 Analisi di Materialità (p 53)			
<b>SICUREZZA DEL PRODOTTO</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.16 Analisi di Materialità (p 53), 1.17 Gestione del rischio (p 56)			
<b>SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI</b>					
<b>GRI 416:</b> Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi			
<b>MARKETING ED ETICHETTATURA</b>					
<b>GRI 417:</b> Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi"	Le informazioni riportate sulle etichettature del prodotto sono conformi a quanto previsto dalle legislazioni nazionali di riferimento			
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti comunicazione di marketing			
<b>PRIVACY DEL CLIENTE</b>					
<b>GRI 418:</b> Privacy del cliente 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti			

## Tabelle Riepilogative

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Omissione		
			Requisito omissso	Motivazione	Spiegazione
<b>INTEGRITÀ E SOSTENIBILITÀ DEL BUSINESS</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1,16 Analisi di Materialità (p 53), 1,17 Gestione del rischio (p 56)			
<b>PERFORMANCE ECONOMICHE</b>					
<b>GRI 201:</b> Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Lucart in Sintesi (p 8)			
<b>PRESENZA SUL MERCATO</b>					
<b>GRI 202:</b> Presenza sul mercato 2016	202-2 Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	I senior manager assunti nelle sedi operative, sono di provenienza locale			
<b>IMPATTI ECONOMICI INDIRECTI</b>					
<b>GRI 203:</b> Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti infrastrutturali e investimenti finanziati	1.1 Gruppo Lucart, la storia			
<b>ANTICORRUZIONE</b>					
<b>GRI 205:</b> Anticorruzione 2016	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Nel periodo rendicontato, non vi sono state comunicazioni su tali tematiche			
<b>SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1,17 Gestione del rischio (p 56), 2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro			
<b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>					
<b>GRI 403:</b> Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			
	403-9 Infortuni sul lavoro	2,5 Salute e Sicurezza sul lavoro (p 79)			

## Table Riepilogative

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Omissione		
			Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
<b>CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.17 Gestione del rischio (56)			
<b>EMISSIONI</b>					
<b>GRI 305:</b> Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110)			
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110)			
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110)			
	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110)			
	305-7 Ossidi di azoto (NO <sub>x</sub> ), ossidi di zolfo (SO <sub>x</sub> ) e altre emissioni significative	3.6 Emissioni in atmosfera (p 110)			
<b>SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	2.3 Relazioni con il personale (p 71)			
<b>DIPENDENTI</b>					
<b>GRI 401:</b> Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	2.4 Struttura del personale Lucart (p 77)			
	401-3 Congedo parentale	2.4 Struttura del personale Lucart (p 78)			
<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>					
<b>GRI 404:</b> Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	2.4 Struttura del personale Lucart (p 75)			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	2.3 Relazioni con il personale (p 71)			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	2.3 Relazioni con il personale (p 71)			
<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>					
<b>GRI 405:</b> Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	1.14 Organizzazione (p 50), 2.4 Struttura del personale Lucart (p 75)			
<b>NON DISCRIMINAZIONE</b>					
<b>GRI 406:</b> Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel periodo rendicontato non sono stati segnalati casi di discriminazione			
<b>APPROVVIGIONAMENTO E IMPIEGO RESPONSABILE DELLE RISORSE</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	2.6 Relazioni con gli altri stakeholder, Fornitori (p 83), 3.3 Materie prime (p 98)			
<b>PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>					
<b>GRI 204:</b> Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	2.6 Relazioni con gli altri stakeholder, Fornitori (p 83), 3.3 Materie prime (p 98)			
<b>MATERIALI</b>					
<b>GRI 301:</b> Materiali 2016	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Lucart in Sintesi (p 8), 3.3 Materie prime (p 98)			

## Tabella Riepilogativa

Tema / Standard GRI	Informativa	Pagina	Omissione		
			Requisito omesso	Motivazione	Spiegazione
<b>ENERGIA</b>					
<b>GRI 302:</b> Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	3.5 Risorse energetiche (p 105)			
	302-3 Intensità energetica	Risultati e obiettivi di Miglioramento (p 10), 3.5 Risorse energetiche (p 105), 3.10 Bilancio quantitativo finale (p 119)			
	302-4 Riduzione del consumo di energia	3.5 Risorse energetiche (p 105)			
<b>ACQUA E SCARICHI IDRICI</b>					
<b>GRI 303:</b> Acqua e scarichi idrici 2018	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	3.4 Risorse Idriche (p 101)			
	303-3 Prelievo idrico	3.4 Risorse Idriche (p 101)			
<b>RIFIUTI</b>					
<b>GRI 306:</b> Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	3.9 Gestione dei rifiuti (p 116)			
	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	3.9 Gestione dei rifiuti (p 116)			
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	3.9 Gestione dei rifiuti (p 116)			
<b>RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.8 Catena di Valore (p 36), 1.16 Analisi di Materialità (p 53)			
<b>SVILUPPO SOSTENIBILE DEL PRODOTTO</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.8 Catena di Valore (p 36), 1.16 Analisi di Materialità (p 53)			
<b>SODDISFAZIONE DEI CLIENTI E CONSUMATORI FINALI</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	2.6 Relazioni con gli stakeholder, Clienti e consumatori finali (p 82)			
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.16 Analisi di Materialità (p 53), 2.6 Relazioni con gli altri stakeholder (p 82)			
<b>IMPATTO COVID-19</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.17 Gestione del rischio (56)			
<b>CONCILIAZIONE VITA PRIVATA E LAVORO</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	2.3 Relazioni con il personale (p 71)			
<b>DIRITTI UMANI</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.10 Codice Etico (p 39)			
<b>SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LOCALE</b>					
<b>GRI 3:</b> Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	4.2 Attività di Marketing e comunicazione away from home (p 129), 4.3 Attività di marketing e comunicazione consumer (p 136), 4.7 Fiere, eventi e sponsorizzazioni (p 145)			



**LUCART SPA**

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE  
INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**

**ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2022**



## **Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità**

Al Consiglio di Amministrazione della Lucart SpA

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del bilancio di sostenibilità della Lucart SpA (di seguito “la Società”) e delle sue controllate Lucart Sas, Lucart Tissue & Soap SLU, Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft, Lucart Hygiene Ltd e Circular Shield Doo (di seguito “il Gruppo” o “Gruppo Lucart”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

### **Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità**

Gli Amministratori della Lucart SpA sono responsabili per la redazione del bilancio di sostenibilità in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* definiti nel 2016 e aggiornati al 2021 dal GRI - *Global Reporting Initiative* (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del bilancio di sostenibilità.

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

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

### **Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità**

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

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

---

#### **PricewaterhouseCoopers Business Services Srl**

Società a responsabilità limitata a socio unico

Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06234620968 – Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640311 Fax 080 5640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 051 6186211 - Brescia 25121 Viale Duca d’Aosta 28 Tel. 030 3697501 - Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 070 6848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482899 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734399 | Rubano 35030 Via Belle Putte 36 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7829221 | 90139 Via Roma 457 Tel. 091 6752111 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 Fax 0521 781844 - Pescara 65127 Piazza Ettore Troilo 8 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 6920731 Fax 06 69207330 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773299 - Trento 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 - Treviso 31100 Viale Fellissent 90 Tel. 0422 315711 Fax 0422 315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 Fax 040 364737 - Verona 37135 Via Francis 21/C Tel. 045 8263001

Società soggetta all’attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl  
[www.pwc.com/it](http://www.pwc.com/it)

### **Responsabilità della società di revisione**

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del bilancio di sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche “ISAE 3000 Revised”), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l’ISAE 3000 Revised (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel bilancio di sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo “Lucart in sintesi 2022” del bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato della controllante Pasfin SpA;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel bilancio di sostenibilità.

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

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

- a livello di Capogruppo:
  - a. con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel bilancio di sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b. con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le seguenti società Lucart Sas, Lucart Tissue & Soap SLU, Lucart SpA (stabilimento di Diecimo), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



### **Conclusioni**

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità del Gruppo Lucart relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità.

Torino, 8 giugno 2023

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paolo Bersani', is written over the printed name.

Paolo Bersani  
(Partner)

## Lucart S.p.A.

### SEDE AMMINISTRATIVA E LEGALE:

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

### STABILIMENTI E UFFICI COMMERCIALI:

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

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

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

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

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

### CENTRO LOGISTICO:

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

## Lucart S.a.s.

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

## Lucart Kft.

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

## Lucart Tissue & Soap S.L.U.

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

## Lucart Deutschland GmbH

DE - 60487 Frankfurt  
Tilsiter Straße 1

## Lucart Hygiene Ltd.

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

[www.lucartgroup.com](http://www.lucartgroup.com)

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

**Progetto grafico**  
© Corberi Sapori Editori Sas

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

**Stampa**  
Pacini Editore Srl

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



Documento stampato su carta riciclata  
"Shiro Echo bianco brillante"





# Da settanta anni condividiamo la visione di un futuro sostenibile.

70  
YEARS

Grazie a tutte le persone che in questi settant'anni hanno sostenuto il nostro cammino, ai partner che credono in noi e alle famiglie che scelgono i nostri prodotti.

Condividere il futuro è da sempre il nostro impegno, la promessa di realizzare innovazioni sostenibili per vivere in un mondo migliore.

Continueremo a percorrere insieme la via della sostenibilità guidati dalla visione di sempre: **Sharing the future.**



[www.lucartgroup.com](http://www.lucartgroup.com)

 LUCART  
PROFESSIONAL

 Velo

 FATO

 Tenderly

 Grazie  
EcoNatural

 Tutto

 Smile



**LUCART**

SHARING THE FUTURE