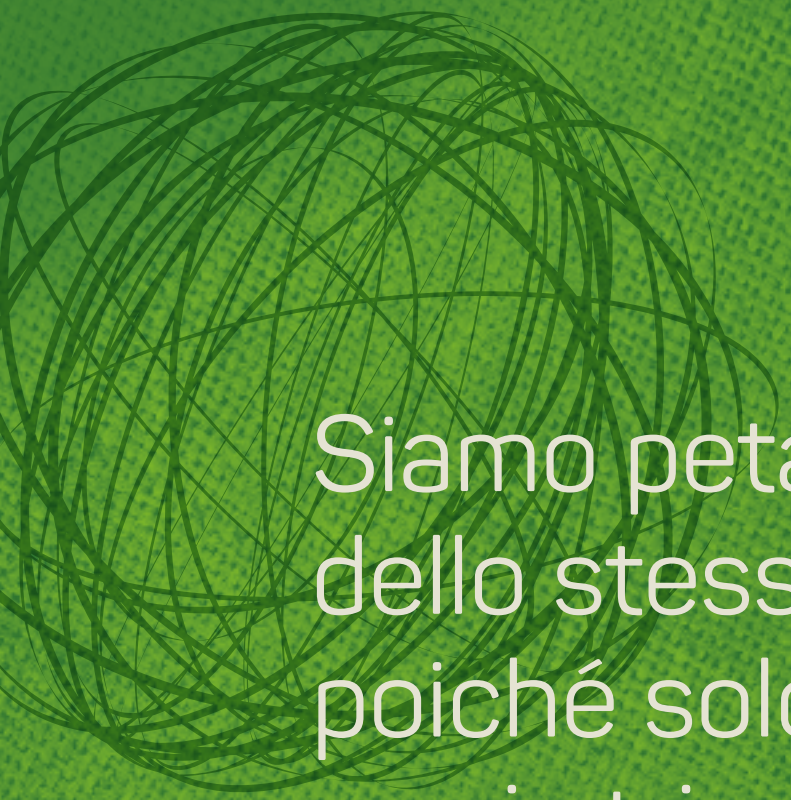


BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018

HUMANA

PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO



Siamo petali
dello stesso fiore
poiché solo
se ci stringiamo
nello stesso punto
dell'infinito riusciamo
a essere qualcosa
di meraviglioso.

ROSITA MATERA

Lettera agli stakeholder (GRI 102-14)

Care lettrici e cari lettori,

nel 2018 HUMANA People to People Italia ha celebrato il proprio 20° anniversario, un traguardo importante a favore di un mondo solidale e più giusto, reso possibile dai tanti partner e sostenitori che hanno scelto di aderire alla nostra mission: dagli enti che ci affidano il servizio per la raccolta degli abiti, alle aziende, alle istituzioni e alle fondazioni partner, a tutti i cittadini e volontari che hanno riposto la propria fiducia in noi, donandoci abiti, fondi o ancora il loro tempo e, non da ultimo, i nostri collaboratori. Questi ultimi svolgono un ruolo di catalizzatori e trasformatori: si impegnano infatti per trasformare valori, risorse e competenze in progetti volti a migliorare le condizioni di vita delle persone più vulnerabili e in difficoltà. Proprio ad alcuni collaboratori, in occasione del 20° anniversario, HUMANA ha regalato l'opportunità di visitare alcuni dei progetti attivi in Spagna, Malawi e India, potendo così "toccare con mano" i risultati della loro professionalità e dedizione.

Mantenendo lo sguardo attento sul mondo, in particolare su quello posto ai margini e afflitto da grande sofferenza, continuiamo a trovare le ragioni e la motivazione per lavorare con la massima professionalità e determinazione.

Nel corso del 2018 abbiamo migliorato il lavoro da noi svolto con l'obiettivo ultimo di aumentare l'impatto positivo dei nostri progetti e delle nostre decisioni su alcune delle più grandi sfide umanitarie a livello globale.

Con questo intento, abbiamo sostenuto 43 progetti di sviluppo in sette Paesi.

Molti dei programmi implementati sono innovativi e hanno l'obiettivo di rafforzare le capacità e le conoscenze delle persone delle comunità locali, organizzatesi in gruppi di azione per sensibilizzare sui temi della tutela dell'ambiente o della lotta al cambiamento climatico, in club agricoli per assicurarsi un migliore accesso al cibo e per condividere esperienze agricole efficaci, o ancora, in gruppi di sostegno a favore delle persone più vulnerabili (perché malate di HIV/AIDS o perché si tratta di bambini abbandonati o orfani).



L'ambito più finanziato è stato quello dell'istruzione e formazione, seguito dall'aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario, dalla prevenzione di HIV/AIDS e malaria e dall'agricoltura sostenibile.

Trasversale ai diversi ambiti di intervento e alle aree geografiche, è stato l'impegno nel mobilitare le persone e mettere in campo azioni di contrasto al cambiamento climatico e alle sue gravi conseguenze.

Ogni intervento di cooperazione internazionale è stato possibile grazie alla sinergia costante con gli altri membri della Federazione Internazionale HUMANA People to People e la Federazione stessa.

In Italia abbiamo rafforzato la nostra presenza sul territorio attraverso gli incontri nelle scuole, le azioni sociali locali e la creazione del nostro primo Orto di Comunità. È nostro intento infatti rafforzare la collaborazione con gli enti e i territori ove operiamo per coinvolgere persone spesso in stato di difficoltà e sensibilizzare adulti e bambini sui temi della solidarietà e della sostenibilità ambientale.

Abbiamo partecipato attivamente al dibattito sugli abiti usati e in generale sul settore dell'usato, per noi strategico in termini di tutela delle risorse naturali e di rispetto delle persone che abitano il nostro pianeta.

I temi caldi, che abbiamo presidiato nel corso del 2018, sono stati numerosi.

La legalità e la trasparenza delle filiere, che potrebbero essere garantite anche grazie a verifiche fatte da enti terzi con appositi strumenti, quali ad esempio ESET. La revisione della normativa sull'affidamento del servizio di raccolta, che deve valorizzare l'obiettivo sociale tradizionalmente riconosciuto alle donazioni di vestiti: la logica del massimo rialzo, infatti, è sempre più spesso utilizzata nell'assegnazione del servizio, penalizzando i soggetti non profit e favorendo gli operatori orientati solo al business e spesso gestori di filiere opache. Anche l'evoluzione del riutilizzo in Italia e l'avvio di nuovi modelli per le filiere della seconda mano trarrebbero vantaggi grazie a regole certe e obiettivi misurabili imposti da un riordino normativo. Questi sono stati gli aspetti per i quali abbiamo lavorato anche in collaborazione con la Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone, soprattutto attraverso la partecipazione a tavoli di coordinamento quali ad esempio quelli di Rete ONU e Utilitalia.

Il perseguimento dei nostri obiettivi, in ambito sociale e ambientale, è fortemente connesso con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (cosiddetti SDGs) indicati dalle Nazioni Unite.

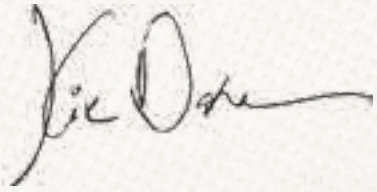
Un approfondimento su questo, e in particolare, sulla selezione dei Goal che risultano essere più aderenti alle nostre priorità, attività e iniziative, è presentato in una sezione dedicata del presente Bilancio.

La nostra azione è quindi parte di un tutto, nell'ambito del quale l'impegno di ciascuno, ente o singolo individuo, è fondamentale per il raggiungimento di obiettivi altrettanto grandi e condivisi.

Buona lettura,



Ulla Carina Bolin
Presidente di HUMANA
People to People Italia ONLUS



Kare Dahne
Presidente di HUMANA
People to People Italia SCARL



RATIONAL DEL **GOMITOLO**

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

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

HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018

INDICE

1 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

2 VESTITI USATI CHE TRASFORMANO IL MONDO: LA NOSTRA FILIERA

3 CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ IN ITALIA

NOTA METODOLOGICA ..... pag. 8

1.1 CHI SIAMO ..... pag. 16
1.1.1 Vision e mission ..... pag. 17
1.1.2 Federazione Internazionale HUMANA People to People ..... pag. 22
1.1.3 La struttura organizzativa ..... pag. 24
1.2 IL NOSTRO LAVORO: VALORI E AMBITI DI INTERVENTO ..... pag. 27
1.3 LA NOSTRA SQUADRA ..... pag. 28
1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia ..... pag. 29
1.3.2 Il personale esterno ..... pag. 39

2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA ..... pag. 42
2.2 I PRINCIPALI ANELLI DELLA NOSTRA FILIERA ..... pag. 44
2.2.1 Affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati ..... pag. 46
2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini ..... pag. 47
2.2.3 Oltre il contenitore per la raccolta abiti: le destinazioni dei vestiti ..... pag. 51
2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero ..... pag. 55
2.2.5 Destinazione riutilizzo: *tropical mix* per l'Africa ..... pag. 57
2.2.6 Destinazione riutilizzo: la vendita ai clienti esterni al circuito HUMANA ..... pag. 58
2.2.7 Destinazione riciclo: la vendita ai clienti esterni al circuito HUMANA ..... pag. 58
2.2.8 Materiale non riutilizzabile e non riciclabile: una fonte di energia alternativa ai combustibili fossili ..... pag. 58
2.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI ..... pag. 59

3.1 IN RETE PER FARE SOSTENIBILITÀ ..... pag. 64
3.2 CON LE FONDAZIONI E LE ISTITUZIONI ..... pag. 65
3.3 CON LE AZIENDE PARTNER ..... pag. 65
3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI ..... pag. 67
3.5 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ ..... pag. 71
3.6 CON GLI ENTI E LE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO ..... pag. 72

4
LE PERFORMANCE ECONOMICHE

4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA (SCARL E ONLUS) ..... pag. 78

4.2 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA SCARL ..... pag. 79

4.3 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS ..... pag. 80

5
I NOSTRI PROGETTI: PER LE PERSONE E PER L'AMBIENTE

5.1 SVILUPPO SOCIALE E AMBIENTALE: UN LEGAME A DOPPIO FILO ..... pag. 84

5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE ..... pag. 85

5.2.1 Istruzione e formazione ..... pag. 87

5.2.2 Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario ..... pag. 90

5.2.3 Prevenzione e tutela della salute ..... pag. 92

5.2.4 Agricoltura e sicurezza alimentare ..... pag. 94

5.3 IMPATTO AMBIENTALE POSITIVO ..... pag. 95

5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale ..... pag. 96

6
#HUMANA

6.1 COMUNICHIAMO IL NOSTRO IMPEGNO ..... pag. 100

6.2 DICONO DI NOI ..... pag. 104

APPENDICE

TABELLA DI CORRELAZIONE GRI STANDARDS DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018 ..... pag. 108

QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE ..... pag. 117

DICHIARAZIONE DI ASSURANCE ..... pag. 119

NOTA METODOLOGICA

PERIMETRO E SCOPO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Il **Bilancio di Sostenibilità** presenta le attività, i progetti, le iniziative e i risultati dell'**esercizio 2018** (1° gennaio 2018 - 31 dicembre 2018) **(GRI 102-50)** in ambito economico, sociale e ambientale di **HUMANA People to People Italia ONLUS** e **HUMANA People to People Italia Società Cooperativa a r.l.** **(GRI 102-45)** (di seguito collettivamente indicate come **HUMANA** o **HUMANA Italia**, salvo dove diversamente specificato).

Il presente Bilancio si colloca all'interno di un percorso iniziato nel 2015, con l'adozione delle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI) secondo un approccio che, nel tempo, ha portato HUMANA Italia a rendicontare con sempre maggiore precisione e ricchezza di indicatori la propria attività. Il presente documento è pertanto redatto secondo i **GRI Sustainability Reporting Standards** (opzione "In accordance Core") **(GRI 102-54)**.

Il Bilancio di Sostenibilità è redatto con cadenza annuale **(GRI 102-52)**; l'edizione precedente, pubblicata nel 2017 **(GRI 102-51)**, è disponibile all'indirizzo: https://www.humanaitalia.org/trasparenza/.

La redazione è stata curata dall'**Ufficio Comunicazione e Marketing Operativo**, in collaborazione con i diversi reparti e con il contributo scientifico di ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società - dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. La revisione del presente bilancio è stata affidata a Bureau Veritas. L'attività si è conclusa con il rilascio dell'attestazione della società di revisione (si veda "Dichiarazione di Assurance", in Appendice al presente Bilancio) **(GRI 102-56)**.

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

La **matrice di materialità** presenta gli **aspetti rilevanti** (cosiddetti **materiali**) per HUMANA Italia e per i suoi stakeholder. Come espresso dai GRI Standards, vengono considerati materiali gli aspetti in grado di rappresentare gli impatti economici, sociali e ambientali di HUMANA e di influenzare in modo sostanziale i comportamenti dei suoi stakeholder.

Elaborata per la prima volta nel 2015, la matrice di materialità è stata aggiornata nel 2018 (si veda Figura 1). A tal fine, si è proceduto a individuare una lista di aspetti potenzialmente rilevanti, sulla base delle linee guida GRI – Standards 2016 e NGO Sector Specific Disclosure - della matrice di materialità precedente e degli obiettivi strategici di HUMANA.

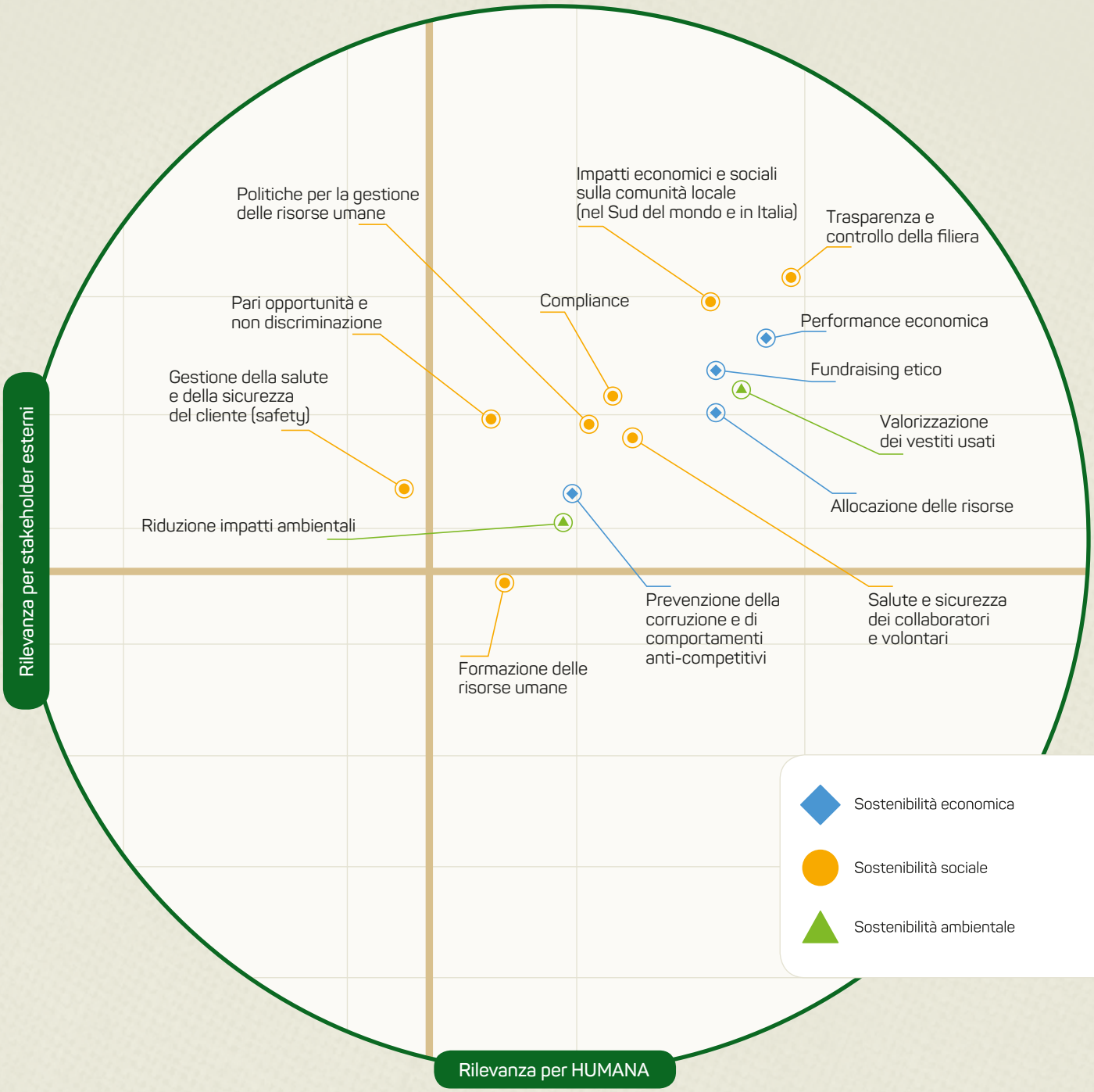
La selezione degli aspetti materiali è stata svolta grazie a un percorso di **ascolto degli stakeholder interni** (management e funzioni organizzative) ed **esterni** (tra i quali consorelle estere, clienti all'ingrosso e al dettaglio, aziende e fondazioni partner, enti che ci affidano il servizio di raccolta indumenti, istituzioni pubbliche locali, media e volontari), che sono stati coinvolti in interviste individuali e nella compilazione di un questionario, con l'attribuzione di un livello numerico (da 1 a 5) di rilevanza ai singoli aspetti.

La matrice risultante, che comprende **14 aspetti materiali**, è stata successivamente revisionata dal Comitato Direttivo, con l'aggregazione di alcuni aspetti, e approvata dallo stesso in data 24 aprile 2019.



Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio è possibile rivolgersi a Lucia Gullà e Stefania Tiozzo:
sostenibilita@humanaitalia.org
02.93.96.401
(GRI 102-53)

Figura 1. **MATRICE DI MATERIALITÀ**



Dei 14 aspetti materiali emersi a seguito dello stakeholder engagement, le principali novità riguardano i temi della **compliance** (socio-ambientale ed economica), delle **pari opportunità**, della **non discriminazione** e della **formazione dello staff di HUMANA**, nonché il tema della **salute e sicurezza**, che viene ora esteso anche nei confronti di coloro che donano i propri vestiti nei contenitori HUMANA e dei clienti dei negozi solidali. L'aspetto **"trasparenza e controllo della filiera"** risponde a un obiettivo strategico di HUMANA ed è stato quindi integrato rispetto a quanto richiesto dalle linee guida del GRI.

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

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

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

- **sostenibilità ambientale**: gli impatti sull'ambiente delle attività di HUMANA sono connessi prevalentemente alla gestione degli abiti usati, alla loro valorizzazione e ai risultati delle politiche messe in campo per ridurre gli impatti negativi sull'ambiente.

Tabella 1. ASPETTI MATERIALI E RISPETTIVO PERIMETRO

ASPETTI MATERIALI PER HUMANA ITALIA	DESCRIZIONE	ASPETTI GRI STANDARDS E NGO SECTOR DISCLOSURES	PERIMETRO DEGLI ASPETTI MATERIALI	
			Interno	Esterno
PERFORMANCE ECONOMICA	Risultati economici e distribuzione del valore generato ai portatori di interesse	201 - Performance economica	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
FUNDRAISING ETICO	Rendicontazione delle fonti di finanziamento dell'organizzazione	NGO8 - G4 Sector Disclosure	HUMANA ONLUS/SCARL	Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
ALLOCAZIONE DELLE RISORSE	Rendicontazione dell'utilizzo delle risorse (finanziarie e non) ricevute da fonti pubbliche e private	G4 - DMA Sector Disclosure (former NGO7)	HUMANA ONLUS/SCARL	Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E DI COMPORTAMENTI ANTI-COMPETITIVI	Pratiche volte a prevenire i rischi di corruzione nell'organizzazione, i comportamenti anti-concorrenziali e le pratiche monopolistiche	205 - Anti-corruzione 206 - Prevenzione comportamenti anti-competitivi	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
VALORIZZAZIONE DEI VESTITI USATI	Destinazione dei capi raccolti e gestione dei rifiuti	306 - Gestione rifiuti ed effluenti	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
RIDUZIONE IMPATTI AMBIENTALI	Consumo di materie prime, emissioni in atmosfera di gas serra e relative iniziative di riduzione	301 - Riduzione impatti ambientali (consumo materie prime) 305 - Riduzione impatti ambientali (emissioni)		Fornitori, comunità e territorio
POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	Politiche e pratiche volte a garantire l'adeguata gestione dei collaboratori in termini di assunzione, retention e valorizzazione	401 - Occupazione	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
FORMAZIONE DELLE RISORSE UMANE	Piani di formazione per la crescita delle competenze dei collaboratori; creazione di percorsi di carriera e motivazione nello svolgimento del proprio lavoro	404 - Formazione	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
GESTIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEL CLIENTE (SAFETY)	Pratiche per tutelare e promuovere la salute e la sicurezza dei donatori che conferiscono gli abiti nei nostri contenitori e degli utilizzatori finali dei capi	416 - Gestione della salute e sicurezza del cliente	HUMANA ONLUS/SCARL	Clienti, comunità e territorio
TRASPARENZA E CONTROLLO DELLA FILIERA	Comunicazione e attività di sensibilizzazione sul tema della trasparenza della filiera; assessment socio-ambientale dei clienti all'ingrosso, del recupero e dei fornitori di servizi di smaltimento	–	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio, Stazioni Appaltanti e operatori del settore

ASPETTI MATERIALI PER HUMANA ITALIA	DESCRIZIONE	ASPETTI GRI STANDARDS E NGO SECTOR DISCLOSURES	PERIMETRO DEGLI ASPETTI MATERIALI	
			Interno	Esterno
IMPATTI ECONOMICI E SOCIALI SULLA COMUNITÀ LOCALE (NEL SUD DEL MONDO E IN ITALIA)	Gestione degli impatti sulla comunità locale (in Italia e all'estero) e promozione di iniziative di coinvolgimento della comunità locale	203 - Impatti economici indiretti 413 - Impatto sulla comunità locale	HUMANA ONLUS/SCARL	Progetti di cooperazione internazionale e attività in Italia
COMPLIANCE	Rispetto della normativa in vigore in materia economica, sociale e ambientale	307 - Conformità a leggi o regolamenti in materia ambientale 419 - Compliance socio-economica	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio
SALUTE E SICUREZZA DEI COLLABORATORI E DEI VOLONTARI	Impegno nel garantire la salute e la sicurezza dei collaboratori e dei volontari nell'ambito delle iniziative promosse da HUMANA in Italia e all'estero	403 - Tutela della salute e sicurezza sul lavoro NGO Sector Disclosure G4 - LA6 - Tutela della salute e sicurezza dei volontari (incidenti e infortuni) NGO Sector Disclosure G4 - LA7 - Tutela della salute e sicurezza dei volontari (malattie)	HUMANA ONLUS/SCARL	Volontari e comunità
PARI OPPORTUNITÀ E NON DISCRIMINAZIONE	Politiche e pratiche per garantire a tutti uguali diritti sul posto di lavoro e favorire la valorizzazione della diversità	405 - Tutela della diversità e delle pari opportunità 406 - Politiche di non discriminazione	HUMANA ONLUS/SCARL	Comunità e territorio

Per alcuni indicatori si è provveduto a cambiare il perimetro di rendicontazione o la metodologia di calcolo, rispetto ai dati pubblicati nel 2017. Tali cambiamenti sono opportunamente segnalati nel documento (GRI 102-48).

Per ciascun tema rilevante si riportano i principali risultati raggiunti e gli obiettivi strategici per il 2019, dei quali sarà dato riscontro nel Bilancio 2019. Tali obiettivi sono stati approvati dalla Direzione di HUMANA e stabiliti in coerenza con le certificazioni UNI EN ISO 9001 e 14001.



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

HUMANA considera parte integrante della propria strategia e operatività le **aspettative legittime** dei diversi stakeholder, con i quali nel 2018 si sono attivate diverse iniziative di **confronto e dialogo**.

Nella Tabella 2 si riportano in particolare:

- le principali **categorie di stakeholder** di HUMANA Italia;
- i **temi** sentiti come prioritari;
- le **attività** di ascolto, dialogo e consultazione realizzate nel 2018.

Tabella 2. STAKEHOLDER ENGAGEMENT E PROCESSO DI COINVOLGIMENTO

PRINCIPALI STAKEHOLDER DI HUMANA ITALIA	ARGOMENTI CHIAVE ED EVENTUALI CRITICITÀ	PRINCIPALI INIZIATIVE DI DIALOGO E RISOLUZIONE EVENTUALI CRITICITÀ
COLLABORATORI	Formazione e iniziative di stakeholder engagement realizzate in occasione del 20° anniversario di HUMANA Italia	*House organ* – "La Bacheca" (sezione La parola a...) Viaggi di missione in Africa, India e Spagna ed evento di celebrazione del 20° anniversario di HUMANA in Italia
VOLONTARI	Fidelizzazione e coinvolgimento	Incontri di presentazione delle Vacanze Solidali Incontri pre-partenza per le Vacanze Solidali Incontri di presentazione del progetto *3C Coltiviamo il Clima e la Comunità* e incontri di formazione per i primi attivisti dell'orto di comunità
DONATORI DI ABITI	Trasparenza della filiera Servizio di raccolta abiti Salute e sicurezza	*Clothes for Love* Manutenzione costante contenitori per la raccolta abiti Comunicazione integrata
SOSTENITORI – FONDAZIONI E ISTITUZIONI	Comunicazione e valorizzazione della mission di HUMANA	20 appuntamenti dedicati
SOSTENITORI – SINGOLI INDIVIDUI	Coinvolgimento sulla mission di HUMANA e fidelizzazione	Campagna di Natale Campagna 5x1000 e-Newsletter dedicata a coloro che hanno attivo il Sostegno a Distanza
AZIENDE PARTNER (VOLONTARIATO AZIENDALE, RACCOLTA STRAORDINARIA DI ABITI)	Comunicazione e valorizzazione della mission di HUMANA	47 visite alle aziende partner 5 giornate di volontariato aziendale presso il centro di smistamento di HUMANA e il laboratorio di Belt Bag Raccolte straordinarie di capi per creare engagement nei confronti dei collaboratori delle aziende partner e/o dei clienti delle stesse aziende
CLIENTI RETAIL	Fidelizzazione Comunicazione e sensibilizzazione sulla mission di HUMANA Salute e sicurezza	Fashion Revolution Day 2018 SERR 2018: Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti Sito web e social media (Facebook e Instagram) dedicati Eventi speciali nei negozi e in occasione del Black Friday
CLIENTI ALL'INGROSSO	Criteri di selezione Migliore risposta alle esigenze dei clienti in termini di controllo qualità	Visite periodiche alla maggior parte dei nostri clienti all'ingrosso (7 su 8)



PRINCIPALI STAKEHOLDER DI HUMANA ITALIA	ARGOMENTI CHIAVE ED EVENTUALI CRITICITÀ	PRINCIPALI INIZIATIVE DI DIALOGO E RISOLUZIONE EVENTUALI CRITICITÀ
GESTORI (UTILITIES, COMUNI, CONSORZI)	Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati	Partecipazione alla Fiera Ecomondo 2018 Roadshow 2018
ISTITUZIONI LOCALI E TERRITORIALI (REGIONE, PROVINCIA, ENTI LOCALI)	Collaborazioni sui temi dell'usato, del recupero e a favore di persone più vulnerabili	Distribuzione libri in partnership con il Municipio VI del comune di Milano, con Leotron e ODR
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA O DI SETTORE (ES. ASSORECUPERI E RETE ONU)	Trasparenza della filiera Sensibilizzazione sui temi dell'usato e del recupero	Partecipazione alla Fiera Ecomondo 2018 Viaggi di missione per visitare i progetti di cooperazione di HUMANA in Malawi e Zambia
BENEFICIARI DEI PROGETTI IN ITALIA E NEL SUD DEL MONDO (COMUNITÀ LOCALE)	Sensibilizzazione e formazione sulle tematiche di sviluppo sostenibile e del recupero Cooperazione internazionale Attività di ricaduta locale, derivanti dal servizio di raccolta indumenti	43 progetti di sviluppo sostenuti Incontri formativi e di sensibilizzazione realizzati presso le scuole e progetti di ricaduta locale sul territorio
MEDIA (STAMPA, WEB)	Trasparenza della filiera Sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile e dell'economia circolare	Ufficio stampa Invio di e-Newsletter e DEM dedicate Messa online del nuovo sito istituzionale e aggiornamento del sito dedicato alla raccolta vestiti
FEDERAZIONE INTERNAZIONALE HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA	Condivisione della linea strategica di sostegno ai progetti di cooperazione Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione	Incontri presso le sedi di Berlino e Shamwa (Zimbabwe) Maggiore coordinamento in termini di comunicazione
CONSORELLE DI HUMANA	Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione Collaborazione per aumentare la qualità dei capi smistati e spediti in Africa	Viaggi di monitoraggio in Mozambico, India e Malawi Visite periodiche ai negozi e ai centri di smistamento delle consorelle europee





HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA

1.1 CHI SIAMO

Nata nel **1998** in Italia, HUMANA è da sempre attiva nella promozione della cultura della **solidarietà** e della **sostenibilità**, impegno che si concretizza nell'implementazione di progetti di cooperazione internazionale di medio-lungo termine e in iniziative sociali e all'insegna della sostenibilità ambientale in Italia (GRI 102-1). In particolare, l'attività di **raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati** svolta in Italia costituisce una leva prioritaria per HUMANA per promuovere lo **sviluppo sostenibile**, in termini di impatto sociale generato e di diffusione dell'economia circolare. HUMANA Italia fa parte della **Federazione Internazionale HUMANA People to People** (GRI 102-13).

HIGHLIGHTS 2018 (GRI 102-7)

43 PROGETTI
sostenuti in Africa e India

44,2% a favore
di progetti in ambito
formativo ed educativo

215
COLLABORATORI
HUMANA Italia

24.467.476 CHILI
di abiti raccolti in Italia[1]
equivalenti a **1.277 TIR**

3.314.647 CHILI di abiti smistati
in Italia, **+22%** rispetto al 2017

1.348.500 CHILI
di abiti spediti in Africa

[1] Include il quantitativo di abiti raccolti da HUMANA, ma non gestiti nell'ambito della propria filiera (pari a 1.543.575 chili).

1.1.1 Vision e mission (GRI 102-16)

VISION

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

MISSION

HUMANA People to People Italia promuove la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile.
HUMANA finanzia e realizza progetti nel Sud del mondo, contribuisce alla tutela dell'ambiente anche attraverso la raccolta, la vendita e la donazione di abiti usati. HUMANA si impegna inoltre ad accrescere le capacità di popoli e comunità, affinché divengano protagonisti del proprio futuro.
HUMANA People to People Italia partecipa al movimento internazionale HUMANA People to People.

MANIFESTO
http://bit.ly/ManifestoHPP



HUMANA contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile fissati dalle Nazioni Unite

OLTRE 88 MILIONI DI CHILI di emissioni di CO2 evitate, pari all'azione di **880.829** alberi

146,8 MILIARDI DI LITRI di acqua risparmiati, pari a **58.722** piscine olimpioniche

grazie agli abiti raccolti in Italia

OLTRE 4,4 MILIONI di euro risparmiati dalle Pubbliche Amministrazioni, e quindi dai cittadini, grazie a HUMANA

1.547.971,5 EURO[2] di fondi usati per realizzare gli interventi di cooperazione internazionale

Avviato **IL PRIMO ORTO DI COMUNITÀ** di HUMANA Italia

7 NEGOZI solidali in Italia

1.226 COMUNI partner nell'attività di raccolta degli indumenti

[2] Non inclusivo dei 22.440,3 euro di contributo alla Federazione Internazionale HUMANA People to People.

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno sottoscritto la nuova **Agenda per lo Sviluppo Sostenibile** che definisce i principali obiettivi (declinati in 169 target specifici) da perseguire a livello globale entro il **2030**: HUMANA Italia e le altre 29 organizzazioni della Federazione Internazionale sono attive con progetti e interventi concreti e coerenti con la maggior parte dei **Goals dell'ONU** e con la cosiddetta **strategia delle 5P**, che mette al centro del dibattito sulla sostenibilità cinque temi chiave: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership. HUMANA è nata con l'obiettivo di ridurre il divario tra coloro che vivono bene perché hanno tutto ciò che serve per condurre una vita dignitosa (e spesso molto più!) e chi non ha nulla, nemmeno la conoscenza o gli strumenti per migliorare le proprie condizioni. Tutto ciò avviene attraverso il coinvolgimento di singoli e comunità. Questo è il significato di "people to people", dalle persone alle persone. È questa la nostra visione per cambiare davvero le cose.
In virtù della nostra mission, gli obiettivi che HUMANA si pone da sempre sono fortemente connessi con tutti quelli indicati dalle Nazioni Unite e, di questi, **8** sono da considerarsi **strategici, prioritari** e **aderenti al nostro lavoro** di tutti i giorni e ai nostri obiettivi di medio-lungo termine. Nella **grafica** presentata qui di seguito è possibile inoltre trovare il **raccordo tra gli aspetti del GRI** emersi come materiali e presentati lungo tutto il documento **e i vari SDGs**.



NO POVERTY

1.1 Entro il 2030, eliminare la povertà estrema per tutte le persone in tutto il mondo, attualmente misurata sulla base di coloro che vivono con meno di 1,25 $ al giorno.

1.5 Entro il 2030, rafforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione a eventi estremi legati al clima e ad altri shock e disastri economici, sociali e ambientali.

- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)

ZERO HUNGER



2.1 Entro il 2030, eliminare la fame e assicurare a tutte le persone, in particolare i poveri e le persone in situazioni vulnerabili, tra le quali i bambini, l'accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno.

2.2 Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane.

2.3 Entro il 2030, raddoppiare la produttività agricola e il reddito dei produttori di alimenti su piccola scala, in particolare le donne, le popolazioni indigene, le famiglie di agricoltori, pastori e pescatori, anche attraverso l'accesso sicuro e giusto alla terra, ad altre risorse e stimoli produttivi, alla conoscenza, ai servizi finanziari, ai mercati e alle opportunità che creino valore aggiunto e occupazione non agricola.

2.4 Entro il 2030, garantire sistemi di produzione alimentare sostenibili e applicare pratiche agricole resilienti che aumentino la produttività e la produzione, che aiutino a conservare gli ecosistemi, che rafforzino la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici, alle condizioni metereologiche estreme, alla siccità, alle inondazioni e agli altri disastri, e che migliorino progressivamente il terreno e la qualità del suolo.

- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)
- Performance economica



GOOD HEALTH AND WELL-BEING

3.2 Entro il 2030, mettere fine alle morti evitabili di neonati e bambini sotto i 5 anni di età, con l'obiettivo per tutti i Paesi di ridurre la mortalità neonatale a non più di 12 su 1.000 nati vivi, e per i bambini al di sotto dei 5 anni, ridurre la mortalità a non più di 25 su 1.000 nati vivi.

3.3 Entro il 2030, porre fine alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate e combattere l'epatite, le malattie collegate all'uso dell'acqua e altre malattie trasmissibili.

3.4 Entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e la cura e promuovere la salute mentale e il benessere.

3.7 Entro il 2030, garantire l'accesso universale ai servizi di assistenza sanitaria sessuale e riproduttiva, compresi quelli per la pianificazione familiare, l'informazione e l'educazione, e l'integrazione della salute riproduttiva nelle strategie e nei programmi nazionali.

- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)
- Salute e sicurezza dei collaboratori e dei volontari
- Gestione della salute e della sicurezza del cliente (safety)
- Riduzione impatti ambientali

QUALITY EDUCATION



4.1 Entro il 2030, assicurarsi che tutti i ragazzi e le ragazze completino un'istruzione primaria e secondaria libera, equa e di qualità, che porti a rilevanti ed efficaci risultati di apprendimento.

4.2 Entro il 2030, assicurarsi che tutte le ragazze e i ragazzi abbiano accesso a uno sviluppo infantile precoce di qualità, alle cure necessarie e all'accesso alla scuola dell'infanzia, in modo che siano pronti per l'istruzione primaria.

4.3 Entro il 2030, garantire la parità di accesso per tutte le donne e gli uomini a un'istruzione a costi accessibili e di qualità, a un'istruzione professionale e di terzo livello, compresa l'Università.

4.4 Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse quelle tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.

4.6 Entro il 2030, assicurarsi che tutti i giovani e una parte sostanziale di adulti, uomini e donne raggiungano l'alfabetizzazione e l'abilità di calcolo.

4.7 Entro il 2030, assicurarsi che tutti gli studenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso, tra l'altro, l'educazione per lo sviluppo e stili di vita sostenibili, i diritti umani, l'uguaglianza di genere, la promozione di una cultura di pace e di non violenza, la cittadinanza globale e la valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.

4a. Costruire adeguate strutture scolastiche in modo che siano adatte alle esigenze dei bambini, alla disabilità e alle differenze di genere e fornire ambienti di apprendimento sicuri, non violenti, inclusivi ed efficaci per tutti.

- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)
- Formazione delle risorse umane

4c Entro il 2030, aumentare notevolmente l'offerta di insegnanti qualificati, anche attraverso la cooperazione internazionale per la formazione degli insegnanti nei Paesi in via di sviluppo, in particolare nei Paesi meno sviluppati e nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo.



GENDER EQUALITY

5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze di ogni parte del mondo.

5.3 Eliminare tutte le pratiche dannose, come il matrimonio delle bambine, forzato e combinato, e le mutilazioni genitali femminili.

5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.

5a Avviare riforme per dare alle donne pari diritti di accesso alle risorse economiche, come l'accesso alla proprietà e al controllo della terra e altre forme di proprietà, servizi finanziari, eredità e risorse naturali, in accordo con le leggi nazionali.

5b Migliorare l'uso della tecnologia per aiutare il lavoro delle donne, in particolare la tecnologia dell'informazione e della comunicazione, per promuovere l'empowerment, ossia la forza, l'autostima, la consapevolezza delle donne.

- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)
- Politiche per la gestione delle risorse umane
- Pari opportunità e non discriminazione

RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

12.5 Entro il 2030, diminuire in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo.

12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche.

12.7 Promuovere pratiche in materia di appalti pubblici che siano sostenibili, in accordo con le politiche e priorità nazionali.

12a Sostenere i Paesi in via di sviluppo nel rafforzare la propria capacità scientifica e tecnologica, in modo da andare verso modelli più sostenibili di consumo e produzione.

12b Sviluppare e applicare strumenti per monitorare gli impatti di sviluppo sostenibile per il turismo, che creino posti di lavoro e che promuovano la cultura e i prodotti locali.



- Riduzione impatti ambientali
- Valorizzazione dei vestiti usati
- Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)
- Trasparenza e controllo della filiera



CLIMATE ACTION

13.1 Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e ai disastri naturali in tutti i Paesi.

13.2 Integrare nelle politiche, nelle strategie e nei piani nazionali le misure di contrasto ai cambiamenti climatici.

13.3 Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce.

13b Promuovere meccanismi per aumentare un'efficace pianificazione e gestione connessa al cambiamento climatico nei Paesi meno sviluppati e nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo, concentrandosi tra l'altro sulle donne, i giovani e le comunità locali ed emarginate.

- ▲ Riduzione impatti ambientali
- ▲ Valorizzazione dei vestiti usati
- ● Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)

PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

16.5 Ridurre in modo sostanziale la corruzione in tutte le sue forme.

- ● Compliance
- ◆ Prevenzione della corruzione e di comportamenti anti-competitivi





PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

17.3 Mobilitare ulteriori risorse finanziarie per i Paesi in via di sviluppo da più fonti.

17.9 Rafforzare il sostegno internazionale per attuare nei Paesi non industrializzati uno sviluppo delle capacità efficace e mirato, al fine di sostenere i piani nazionali per l'attuazione di tutti gli obiettivi di sviluppo sostenibile, anche attraverso la cooperazione Nord-Sud, Sud-Sud e triangolare.

17.16 Migliorare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da partenariati multilaterali che mobilitino e condividano le conoscenze, le competenze, le tecnologie e le risorse finanziarie, per sostenere il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutti i Paesi, in particolare quelli in via di sviluppo.

- ◆ Fundraising etico
- ◆ Allocazione delle risorse
- ▲ Valorizzazione dei vestiti usati
- ● Impatti economici e sociali sulla comunità locale (nel Sud del mondo e in Italia)

1.1.2 Federazione Internazionale HUMANA People to People

HUMANA Italia appartiene alla **Federazione Internazionale HUMANA People to People** che, istituita nel 1994, coordina il lavoro di 30 organizzazioni attive in **45 Paesi** nel mondo. La sede legale si trova a Ginevra, quella operativa in Zimbabwe. Il fatto di essere parte di una rete globale determina **vantaggi** da diversi punti di vista:

IN TEMA DI TRASPARENZA:

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

IN TEMA DI EFFICIENZA:

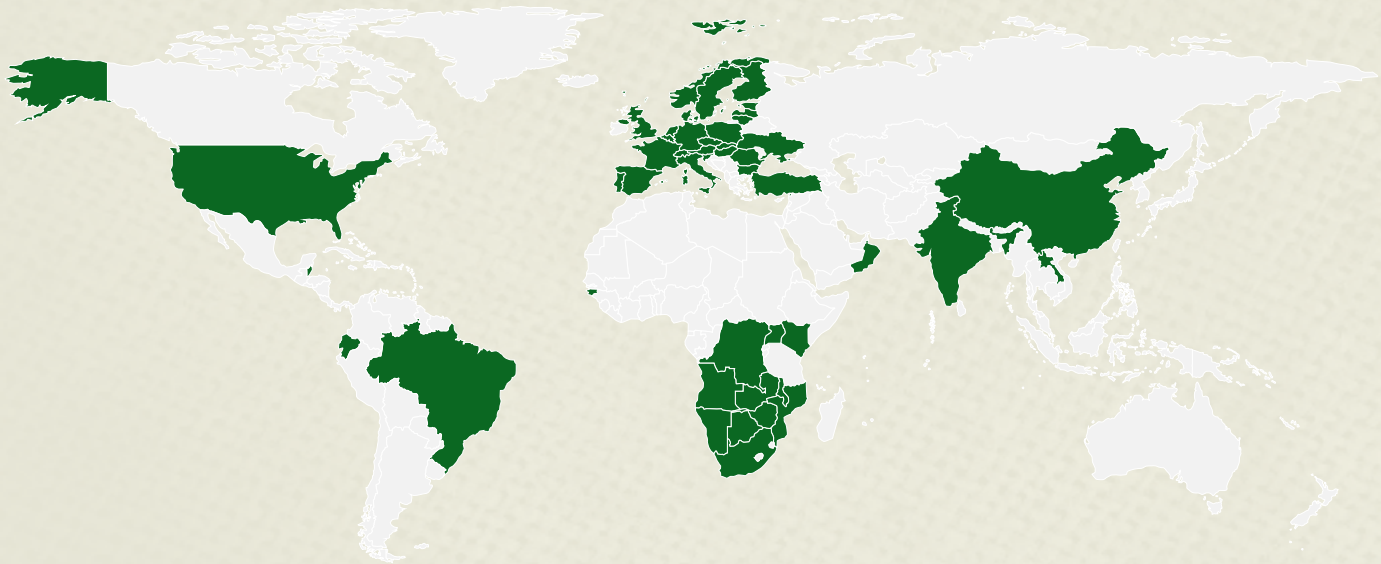
nella gestione dei costi e delle risorse economiche.

IN TEMA DI EFFICACIA:

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

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

Figura 1. **LA FEDERAZIONE INTERNAZIONALE HUMANA PEOPLE TO PEOPLE**



14.600
PERSONE IMPIEGATE NEL MONDO

OLTRE 9.500.000
BENEFICIARI DEGLI INTERVENTI DI COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

45
PAESI

1.134
PROGRAMMI DI SVILUPPO

Da 20 anni in viaggio, insieme

HUMANA nasce in Italia nel 1998, ma trova le sue origini in un movimento internazionale avviato negli anni '70 in Danimarca da un gruppo di insegnanti e studenti che, a seguito di alcuni viaggi in Africa e in Asia, decisero di attivarsi per rendere il mondo un posto migliore.

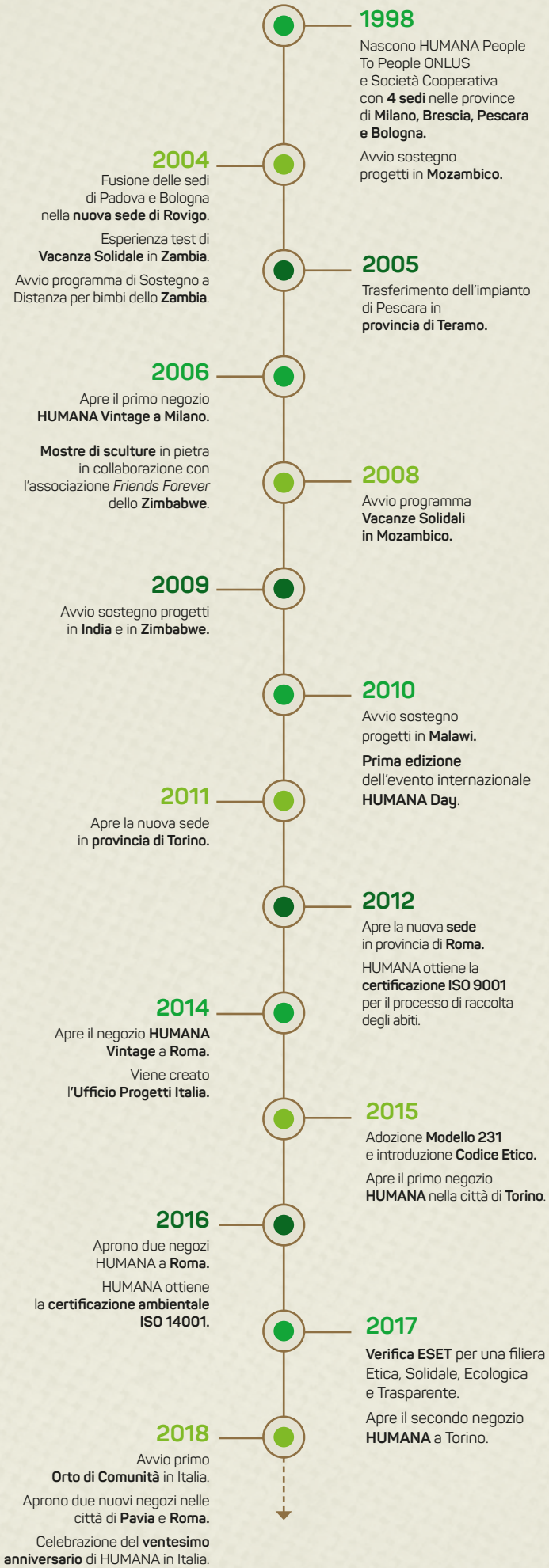
Anche io ho preso parte a questi viaggi, difficili da raccontare a parole: gli incontri fatti e le cose viste non possono lasciare indifferenti, anzi ti spingono (come è successo a molti di noi) a fare qualcosa per porre fine alle tante ingiustizie.

Da questa consapevolezza e dal desiderio di fare qualcosa di concreto per le persone incontrate lungo il cammino, costituirono gradualmente diverse organizzazioni che hanno dato vita poi a un vero e proprio network internazionale presente in 45 Paesi in Europa, America, Asia e Africa. Abbiamo iniziato facendo, e con il tempo l'esperienza si è fatta metodo. È proprio per coordinare l'attività delle diverse associazioni nazionali che nel 1994 è stata costituita la Federation for Associations connected to the International HUMANA People to People Movement, di cui HUMANA Italia è membro.

Per celebrare il 20° anniversario di HUMANA Italia, nel 2018 abbiamo deciso di tornare un po' alle origini, dando la possibilità ad alcune persone del nostro staff di partire alla volta dell'Africa, dell'India e della Spagna per visitare direttamente i progetti sostenuti grazie al lavoro di tutti i giorni e per condividere best practice con i colleghi all'estero. Anche in questo caso, l'esperienza sul campo si conferma un momento unico di conoscenza e coinvolgimento!

Ulla Carina Bolin
Presidente di HUMANA People to People Italia ONLUS

Figura 2. **LA STORIA DI HUMANA ITALIA**



1.1.3 La struttura organizzativa (GRI 102-5)

Per perseguire la propria mission, HUMANA si è dotata di una **struttura efficace e sostenibile** con l'obiettivo di destinare sempre più risorse ai progetti socio-ambientali nel Sud del mondo e in Italia.



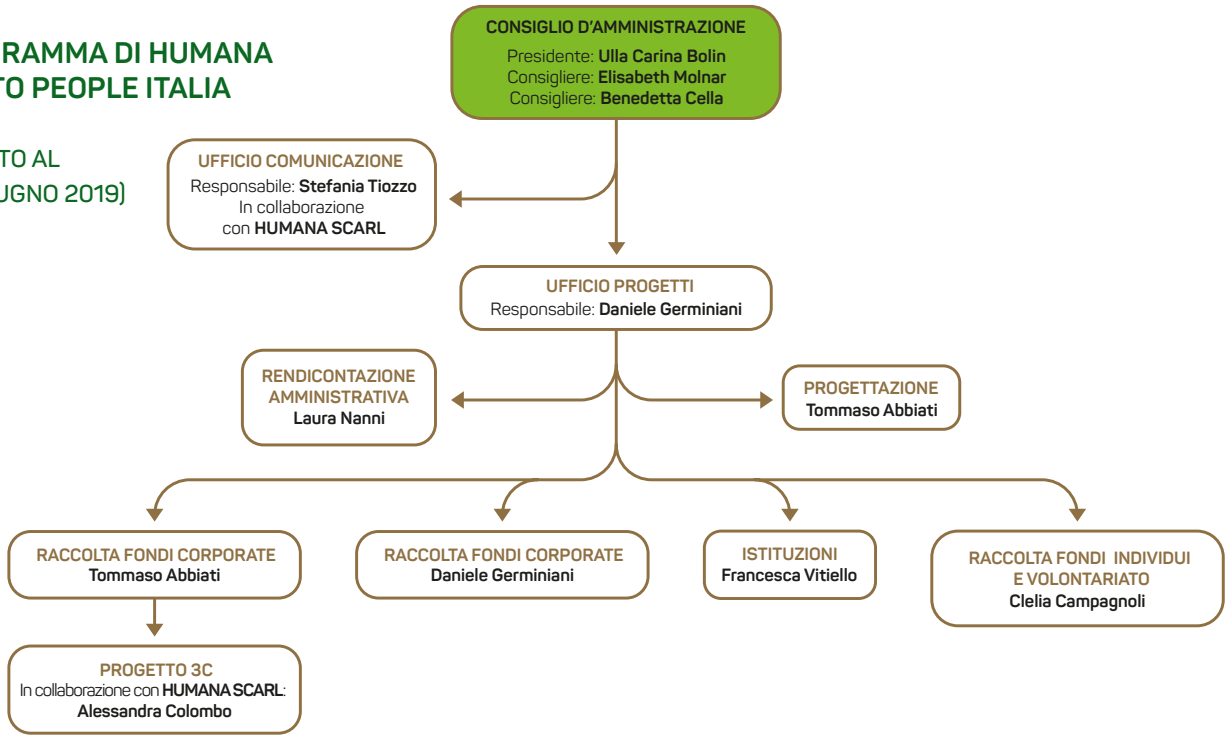
* HUMANA Italia, da sempre, opera sul territorio tramite due enti giuridici distinti: HUMANA ONLUS e HUMANA SCARL. Nel 2018 non sono state apportate modifiche nel contratto in essere tra i due enti.

La sede di **HUMANA ONLUS** è a Pregnana Milanese (MI) (GRI 102-3), anche se le attività da questa promosse sono possibili soprattutto grazie alla collaborazione con le consorelle nel Sud del mondo. La Figura 3 mostra l'organigramma della ONLUS (aggiornato al 30.06.2019) (GRI 102-5).
Le decisioni relative alla gestione della ONLUS sono adottate dal Consiglio d'Amministrazione, formato dalla Presidente Ulla Carina Bolin e da altri due membri: Elisabeth Molnar, Vice Presidente, e Benedetta Cella, Consigliere. I soci della ONLUS sono 15 e si riuniscono, almeno una volta all'anno, per l'approvazione del Bilancio. Dal mese di giugno 2018, il responsabile dell'Ufficio Raccolta Fondi è stato sostituito temporaneamente, fino al giugno del 2019, da una persona che ne ha ricoperto le funzioni.
L'associazione, oltre a essere membro della Federazione Internazionale, **aderisce ad altre organizzazioni attive in ambiti coerenti con la nostra mission** (GRI 102-13). In particolare HUMANA ONLUS:

- fa parte del **Comitato di Coordinamento delle Associazioni per il Sostegno a Distanza** della provincia di Milano;
- fa parte di **CoLomba** - Associazione delle Organizzazioni di Cooperazione e Solidarietà Internazionale della Lombardia;

> Un'organizzazione trasparente e ben strutturata per dare concretezza alla mission di HUMANA

Figura 3.
ORGANIGRAMMA DI HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS
(AGGIORNATO AL MESE DI GIUGNO 2019)



- aderisce al **Coordinamento milanese "Pace in Comune"**;
- è membro di **AISEC**, Associazione Italiana per lo Sviluppo dell'Economia Circolare;
- aderisce a **Rete ONU** ossia la Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato (richiesta approvata in via definitiva nel mese di marzo 2018).

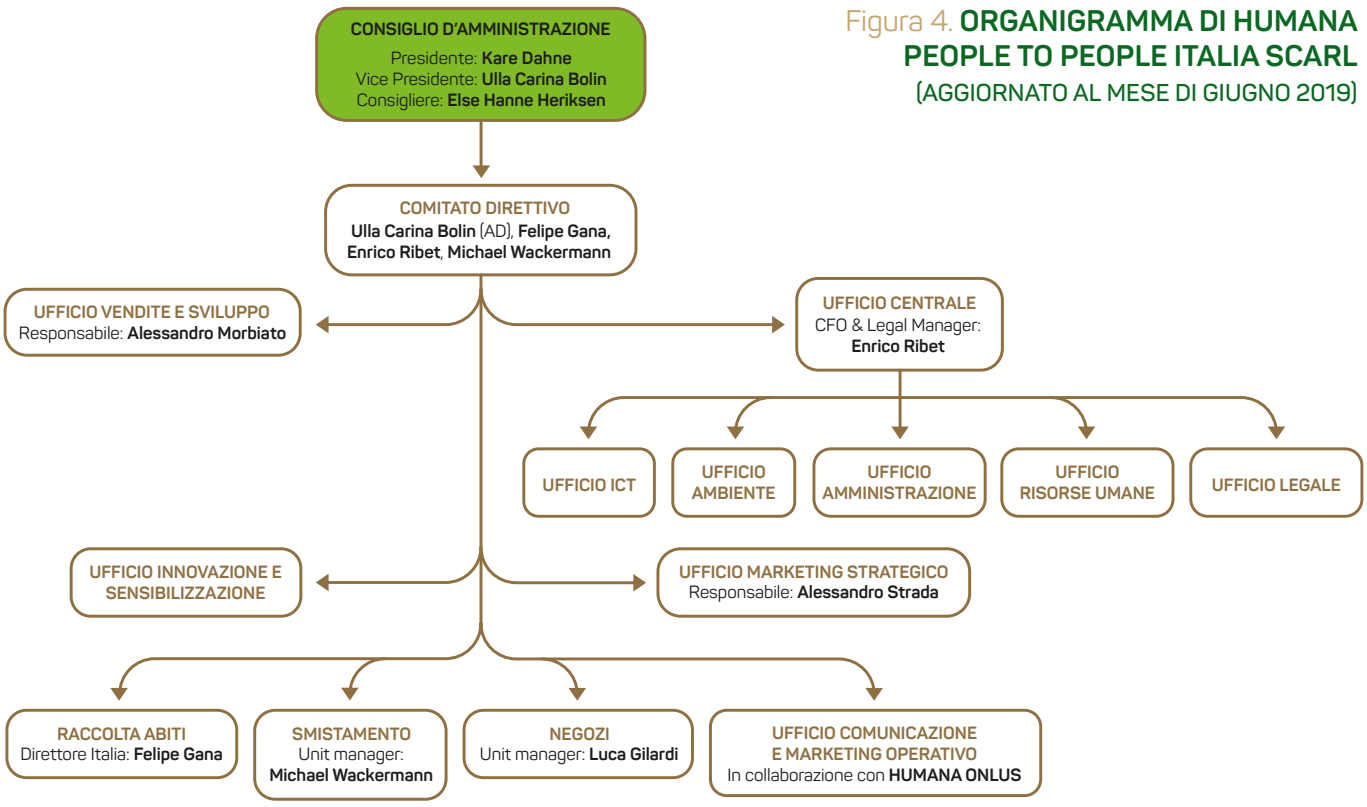
HUMANA SCARL (Società Cooperativa a r.l.) ha la propria sede legale e operativa a Pregnana M.se (MI) **(GRI 102-3)** (la stessa di HUMANA ONLUS) ed è attiva sul territorio con **6 filiali operative** nelle province di Brescia, Rovigo, Torino, Teramo, Roma e appunto Milano e con **7 negozi**, rispettivamente nelle città di Milano, Pavia, Roma e Torino **(GRI 102-10 a)**.

Nel corso del 2018 non si sono verificate modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione **(GRI 102-49)**.

Il Consiglio d'Amministrazione della SCARL non ha subito variazioni nel 2018 (si veda Figura 4).

Il **Comitato Direttivo**, composto dalla Vice Presidente, dal CFO&Legal Manager, dal Direttore Italia della Raccolta Abiti e dal Manager del centro di smistamento, si riunisce ogni mese per **discutere le scelte strategiche** anche su temi economici, ambientali e so-

Figura 4. **ORGANIGRAMMA DI HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA SCARL**
(AGGIORNATO AL MESE DI GIUGNO 2019)



ciali (GRI 102-18 b), **nonché i risultati raggiunti dall'intera organizzazione**. In occasione dei propri incontri mensili, il Comitato Direttivo può convocare altre figure dell'organizzazione per approfondimenti su temi specifici (GRI 102-18 a).

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

- **Assorecuperi**, l'Associazione nazionale delle imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti;
- **Rete ONU** (Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato).

A partire dal mese di maggio 2019, HUMANA SCARL ha deciso di recedere dal **CONAU** (Consorzio Nazionale Abiti Usati[3]). Le vicissitudini giudiziarie che hanno colpito diversi operatori economici evidenziano la carenza di trasparenza all'interno del settore. Le stesse notizie giornalistiche nonché gli interventi pubblici di alte cariche dello Stato hanno mostrato una situazione poco chiara in merito alla corretta distinzione tra operatori regolari e quelli disonesti. Per questo motivo HUMANA ha deciso di agire in autonomia fino a quando non saranno terminate le indagini dell'Autorità Giudiziaria e, comunque, fino a che non si sarà fatta chiarezza su chi siano stati gli operatori coinvolti e condannati per le azioni illecite commesse.

LEGALITÀ E TRASPARENZA

HUMANA Italia considera la legalità e la trasparenza due principi fondamentali indispensabili all'avvio e all'implementazione di qualsiasi iniziativa e progetto. Tale modus operandi si concretizza non solo nella **compliance**, ossia nel rispetto della normativa in materia sia socio-ambientale sia economica, ma anche nell'**adozione volontaria** di strumenti specifici, che confermano l'impegno in questa direzione, quali il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo** (si veda box "**Modello Organizzativo e Codice Etico**"), l'**asseverazione ESET** e le **Certificazioni ISO 9001 e 14001** (si veda pag. 42).

HUMANA è impegnata a promuovere i temi della legalità, della trasparenza e della prevenzione della corruzione, soprattutto nel settore della raccolta e avvio a recupero degli abiti, scosso più volte da scandali legati al mancato rispetto di normative sulla gestione dei rifiuti e spesso caratterizzato da una certa opacità nella gestione dei flussi sia degli abiti usati, sia economici (collegati alla vendita gestita in modo poco trasparente o addirittura illegale dei capi) (GRI 103 1-2-3).

Nel corso del 2018 HUMANA Italia (ONLUS e SCARL) non ha riportato sanzioni monetarie né multe significative per il mancato rispetto di leggi e/o regolamenti in ambito socio-economico (GRI 419-1). Per quanto riguarda il rispetto della normativa in materia ambientale, nel 2018 la filiale di Rovigo è stata sottoposta a un controllo da parte del NOE (Nucleo Operativo Ecologico) di Venezia, che ha riscontrato il superamento dei limiti di giacenza indicati nell'autorizzazione relativa al sito. HUMANA ha riportato la giacenza nei limiti entro il termine assegnatogli e gli enti accertatori, rilevato l'adempimento di HUMANA e che la violazione non ha cagionato danno o rappresentato un pericolo concreto per le risorse ambientali, ha chiuso l'accertamento comminando una sanzione amministrativa (pari a 3.250 euro) senza assunzione di ulteriori provvedimenti (GRI

[3] Questa informazione costituisce un aggiornamento relativo all'anno 2019 ma, considerata la rilevanza strategica e reputazionale della decisione da parte di HUMANA, si è deciso di riportarla comunque in questa edizione del Bilancio di Sostenibilità, il cui perimetro principale di rendicontazione fa riferimento all'anno 2018.

MODELLO ORGANIZZATIVO E CODICE ETICO

Dal 2015 HUMANA Italia ha adottato in modo volontario il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo (MOG)** (GRI 102-11), noto come "Modello 231", di cui è parte integrante il **Codice Etico e di Condotta** (GRI 102-16). Il Modello punta, da un lato, a garantire la corretta gestione interna all'organizzazione e, dall'altro, a prevenire la possibilità di incorrere nei reati previsti dal Decreto Legislativo 231/2001. L'adozione del Modello 231 propone un sistema organico di protocolli e procedure per la corretta gestione delle aree **sensibili** (GRI 205-1) che, nel caso di HUMANA, riguardano principalmente l'impatto ambientale della filiera degli abiti usati, la gestione delle risorse finanziarie, la partecipazione a gare e bandi pubblici e la tutela della salute e igiene sul posto di lavoro.

Il Modello Organizzativo viene costantemente aggiornato sulla base delle più recenti normative. Dopo la revisione effettuata nel maggio 2017, è stato avviato a fine 2018 un nuovo processo di adeguamento del MOG, che si completerà nel corso del 2019.

A vigilare sul rispetto delle procedure delineate dal Modello e sulla loro adeguatezza è l'Organismo di Vigilanza (OdV), composto da due membri esterni e un membro interno. I membri sono tutti altamente qualificati nei rispettivi ambiti di competenza: ambientale, societario, pubblico amministrativo, legale e finanziario. Al 31.12.2018 l'OdV è composto da:

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

L'Organismo di Vigilanza ha il compito di vigilare costantemente sull'osservanza del Modello Organizzativo da parte di tutti i desti-

307-1). In generale, nel corso del 2018, HUMANA Italia non è stata coinvolta in alcuna contestazione o procedimento relativo a comportamenti anti-competitivi, violazioni della legislazione anti-trust e ricorso a pratiche monopolistiche (GRI 206-1).

1.2 IL NOSTRO LAVORO: VALORI E AMBITI DI INTERVENTO

PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO

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

COME LAVORIAMO: VALORI E PRINCIPI (GRI 102-16)

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

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

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

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

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

---

natari, sull'effettiva efficacia nel prevenire la commissione dei reati in esso individuati, sull'attuazione delle prescrizioni nello stesso contenute, sul suo aggiornamento nel caso in cui si riscontri la necessità di sottoporlo a revisione a causa di cambiamenti sopravvenuti alla struttura e all'organizzazione aziendale o al quadro normativo di riferimento.

I dipendenti, i collaboratori e i soggetti che intrattengono rapporti con HUMANA a qualsiasi titolo hanno la possibilità di rivolgersi all'OdV tramite un indirizzo e-mail dedicato (odv@humanaitalia.org) per segnalare, anche in forma anonima, la commissione o tentata commissione di uno dei reati previsti nel Modello Organizzativo, ovvero la violazione o l'elusione fraudolenta dei principi e delle prescrizioni in esso indicate e/o dei valori Etici e delle regole comportamentali contenute nel Codice Etico (GRI 102-17). L'eventuale violazione delle procedure comporta sanzioni disciplinari da parte dell'organizzazione. Le operazioni messe in campo per evitare i rischi di corruzione sono quelle riconducibili alle procedure previste nell'ambito del MOG (GRI 205-1).

Nel corso del 2018 non si è verificato alcun caso di corruzione all'interno di HUMANA Italia (GRI 205-3) e non è stato **contestato alcun reato contemplato dal Modello Organizzativo** né nei confronti dei collaboratori di HUMANA, né dei partner esterni (GRI 205-3).

Allo scopo di trasmettere a tutti i collaboratori i valori, le regole, i doveri e le responsabilità ai quali HUMANA Italia si deve attenere nello svolgimento delle proprie attività (specie se queste implicano la relazione con soggetti esterni) è stato inoltre predisposto e adottato il **Codice Etico e di Condotta**, come parte integrante del Modello Organizzativo (GRI 102-16). Per **approfondimenti** sul Modello 231 e sul Codice Etico e di Condotta: www.humanaitalia.org/humana/codice-etico-modello231/ (GRI 102-17).



I progetti di HUMANA sono realizzati nel Sud del mondo (si veda pag. 85) e in Italia, seguendo principalmente le seguenti **macro aree di intervento**:

COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Prevenzione e tutela della salute, con interventi di sensibilizzazione e prevenzione dell'HIV/AIDS, di contrasto alla malaria e alla tubercolosi.

Istruzione e formazione, che punta ad assicurare una formazione di qualità a tutti i livelli, dai pre-scuola all'Università.

Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare, con progetti di formazione dei piccoli coltivatori sui temi dell'accesso al cibo e alle risorse idriche e dello sviluppo di abilità imprenditoriali.

Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario, per supportare a 360° le famiglie e in particolare i bambini delle comunità.

IN ITALIA

Azioni sociali e di sensibilizzazione, per promuovere la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile partendo proprio dal nostro Paese. Incontri nelle scuole e iniziative di ricaduta locale a favore di persone più vulnerabili o per salvaguardare l'ambiente in cui viviamo, realizzati insieme a comuni nostri partner e ad associazioni del territorio.

1.3 LA NOSTRA SQUADRA

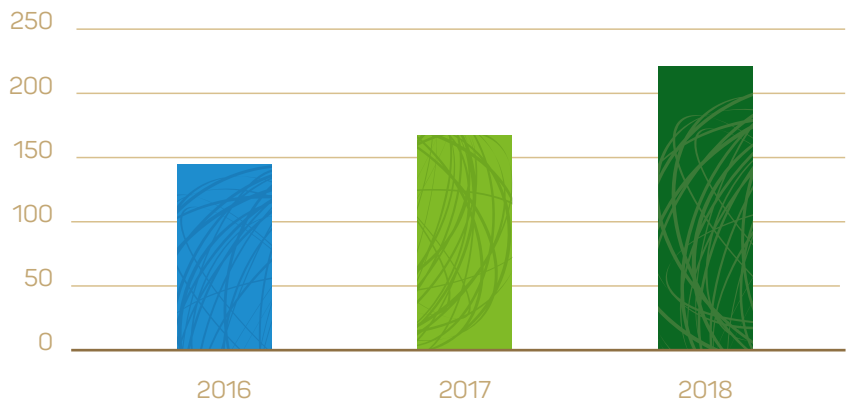
I risultati raggiunti ogni anno sono frutto soprattutto dell'impegno e della determinazione della squadra di HUMANA Italia. Un team di professionisti, con un forte orientamento alla mission sociale e ambientale della nostra organizzazione. L'Ufficio HR si occupa della selezione delle nuove figure da inserire in organico, sulla base di un confronto costante con i responsabili dei reparti e con il Comitato Direttivo. HUMANA mira a valorizzare il proprio staff e a favorirne costantemente l'engagement con attività dedicate, come incontri di aggiornamento sui progetti o le iniziative realizzate in occasione del 20° anniversario (GRI 103 1-2-3).



1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia

Si conferma e anzi si rafforza il trend di crescita del personale di HUMANA, che passa dai **163** collaboratori del 2017 ai **215**[4] alla fine del 2018, con una percentuale di crescita del **31,9%** (si veda Figura 5).

Figura 5. **I COLLABORATORI DI HUMANA AL 31.12.2018**



Lo staff di HUMANA opera in sei filiali nelle province di Milano, Brescia, Torino, Rovigo, Teramo e Roma e nei sette negozi solidali presenti in Italia (Milano, Torino, Roma e Pavia) (si veda Tabella 1). Dei 215 collaboratori di HUMANA Italia, la maggior parte (208 persone) è assunta direttamente da HUMANA SCARL, mentre le altre 7 persone lavorano per HUMANA ONLUS **(GRI 102-7)**. Tutti i collaboratori di HUMANA sono coperti dal CCNL Commercio **(GRI 102-41)**.

Tabella 1. **POPOLAZIONE AZIENDALE PER AREA GEOGRAFICA E GENERE AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Abruzzo (Teramo)	**5**	**5**	**5**	0,0%
Donne	1	1	2	100,0%
Uomini	4	4	3	-25,0%
Lazio (Roma)	**18**	**21**	**34**	**61,9%**
Donne	10	13	11	-15,4%
Uomini	8	8	23	187,5%
Lombardia (Milano, Pavia, Brescia)	**98**	**106**	**136**	**28,3%**
Donne	53	58	75	29,3%
Uomini	45	48	61	27,1%
Piemonte (Torino)	**11**	**16**	**16**	**0,0%**
Donne	5	9	8	-11,1%
Uomini	6	7	8	14,3%
Veneto (Rovigo)	**15**	**15**	**24**	**60,0%**
Donne	2	2	2	0,0%
Uomini	13	13	22	69,2%
Totale	**147**	**163**	**215**	**31,9%**
Donne	**71**	**83**	**98**	**18,1%**
Uomini	**76**	**80**	**117**	**46,3%**

Le persone assunte complessivamente nel 2018 sono state 103 (si veda Tabella 2) **(GRI 401-1 a)**, per la maggior parte di sesso maschile (72). Nel 2018, infatti, le attività che hanno inciso sulla crescita del personale sono riconducibili soprattutto all'avvio di collaborazioni per il servizio di raccolta indumenti con AMA nella città di Roma e con HERA nelle province di Modena e Ferrara: i nuovi assunti sono quindi in prevalenza autisti. Il trend in crescita dello staff è inoltre dovuto all'espansione della rete retail di HUMANA in Italia.

[4] I dati sono forniti dall'Ufficio HR sulla base dei contratti di lavoro attivi al 31.12.2018.

In ragione dell'alto numero di assunzioni, il **tasso di turnover** in entrata del 2018 risulta complessivamente elevato **(GRI 401-1 b)**. Il valore appare relativamente più alto per la fascia di età under 30 che, grazie alle nuove assunzioni di giovani, rappresenta ora una quota più rilevante dell'organico. Il turnover in uscita, più contenuto, è legato per lo più alla scadenza di contratti a tempo determinato.

Tabella 2. **NUOVO PERSONALE ASSUNTO PER ETÀ E GENERE**

	2018
Under 30	**35**
Donne	16
Uomini	19
Tra i 30 e i 50 anni	**61**
Donne	13
Uomini	48
Over 50	**7**
Donne	2
Uomini	5
Totale	**103**
Donne	**31**
Uomini	**72**

Tabella 3. **TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO PER GENERE ED ETÀ**

	2018
Tasso turnover complessivo*	**83,6**
Tasso turnover NEGATIVO**	**32,5**
Tasso turnover in uscita femminile****	21,7
Tasso turnover in uscita maschile*****	43,8
Tasso turnover in uscita under 30	87,5
Tasso turnover in uscita tra i 30 e i 50 anni	23,8
Tasso turnover in uscita over 50	7,7
Tasso turnover POSITIVO***	**65,6**
Tasso turnover in entrata femminile******	37,3
Tasso turnover in entrata maschile*******	90,0
Tasso turnover in entrata under 30	145,8
Tasso turnover in entrata tra i 30 e i 50 anni	48,4
Tasso turnover in entrata over 50	53,8

* Calcolato come nr. entrati + nr. usciti nel corso dell'anno/organico medio annuo*100

** Calcolato come nr. usciti durante l'anno/organico inizio anno*100

*** Calcolato come nr. entrati durante l'anno/organico inizio anno*100

**** Calcolato come tot. donne uscite nel 2018/donne al 1° gennaio 2018

***** Calcolato come tot. uomini usciti nel 2018/uomini al 1° gennaio 2018

****** Calcolato come tot. donne entrate nel 2018/donne al 1° gennaio 2018

******* Calcolato come tot. uomini entrati nel 2018/uomini al 1° gennaio 2018

I reparti che impiegano il maggior numero di collaboratori si confermano gli stessi del 2017: il reparto Raccolta Abiti vede un incremento importante del proprio team, che passa dalle 79 persone del 2017 alle 114 del 2018, seguono lo Smistamento (con 46 collaboratori) e i negozi (30).

Se si considera il **tasso di incremento della popolazione aziendale per qualifica**, il dato di crescita più significativo (sia in termini percentuali sia assoluti) è proprio quello degli **operai** (+35,8%), motivato dall'incremento del numero di autisti nelle filiali di Roma e Rovigo (quest'ultima gestisce infatti anche il servizio di raccolta indumenti in collaborazione con HERA nelle province di Modena e Ferrara) e all'espansione del reparto Smistamento (che vede crescere il proprio staff del 35,3%).

Tabella 4. **POPOLAZIONE AZIENDALE PER QUALIFICA E GENERE AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Dirigenti	**2**	**3**	**4**	33,3%
Donne	1	1	1	0,0%
Uomini	1	2	3	50,0%
Quadri	**5**	**4**	**4**	**0,0%**
Donne	1	1	2	100,0%
Uomini	4	3	2	-33,3%
Impiegati	**45**	**47**	**59**	**25,5%**
Donne	35	35	44	25,7%
Uomini	10	12	15	25,0%
Operai	**95**	**109**	**148**	**35,8%**
Donne	34	46	51	10,9%
Uomini	61	63	97	54,0%
Totale	**147**	**163**	**215**	**31,9%**
Donne	**71**	**83**	**98**	**18,1%**
Uomini	**76**	**80**	**117**	**46,3%**

Se osserviamo i collaboratori di HUMANA in considerazione della categoria contrattuale (si veda Tabella 5), si nota che risultano **in crescita i contratti a tempo determinato e indeterminato** (GRI 102-8 a e b): l'incremento dei contratti a termine è dettato dalla collaborazione (limitata nel tempo e definita da contratti di appalto) con AMA Roma e con HERA; mentre l'incremento dei contratti a tempo indeterminato è possibile grazie alla conversione di precedenti contratti a termine. **La categoria contrattuale prevalente, in termini assoluti, si conferma essere quella a tempo indeterminato**, come per il 2017. Tra coloro che nel 2018 hanno il contratto a tempo indeterminato, vi è una **sostanziale parità di genere** (il 51,0% è di genere maschile e il 49,0% è di genere femminile).

Tabella 5. **COLLABORATORI PER CATEGORIA CONTRATTUALE E GENERE AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Tempo determinato	**25**	**26**	**59**	126,9%
Donne	14	12	20	66,7%
Uomini	11	14	39	178,6%
Tempo indeterminato	**118**	**123**	**143**	**16,3%**
Donne	56	61	70	14,8%
Uomini	62	62	73	17,7%
Stage	**2**	**7**	**5**	**-28,6%**
Donne	-	5	3	-40,0%
Uomini	2	2	2	0,0%
Contratto collaborazione coordinata e continuativa	**2**	**2**	**2**	**0,0%**
Donne	1	1	1	0,0%
Uomini	1	1	1	0,0%
Apprendistato	**-**	**5**	**6**	**20,0%**
Donne	-	4	4	0,0%
Uomini	-	1	2	100,0%
Totale	**147**	**163**	**215**	**31,9%**
Donne	**71**	**83**	**98**	**18,1%**
Uomini	**76**	**80**	**117**	**46,3%**



Proprio in riferimento ai dipendenti con **contratto a tempo indeterminato** è possibile osservare un **trend in crescita soprattutto tra gli operai** (+16,7%) **e gli impiegati** (+15,0%) (si veda Tabella 6).

Tabella 6. **DIPENDENTI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO PER QUALIFICA E GENERE AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Dirigenti *	**-**	**1**	**2**	100,0%
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	1	2	100,0%
Quadri	**5**	**4**	**4**	**0,0%**
Donne	1	1	2	100,0%
Uomini	4	3	2	-33,3%
Impiegati	**40**	**40**	**46**	**15,0%**
Donne	30	31	33	6,5%
Uomini	10	9	13	44,4%
Operai	**73**	**78**	**91**	**16,7%**
Donne	25	29	35	20,7%
Uomini	48	49	56	14,3%
Totale	**118**	**123**	**143**	**16,3%**
Donne	**56**	**61**	**70**	**14,8%**
Uomini	**62**	**62**	**73**	**17,7%**

* Due dei quattro dirigenti hanno un contratto di collaborazione continuativa, pertanto sono conteggiati solo nella Tabella 5.

Il numero delle persone assunte con **contratto part-time** cresce del 5,3% (si veda Tabella 7) rispetto al 2017 **(GRI 102-8 c)**, confermando l'impegno di HUMANA a favorire la conciliazione tra vita lavorativa e familiare.

Tabella 7. **COLLABORATORI PART-TIME E FULL-TIME PER GENERE AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Full-time	**120**	**125**	**175**	40,0%
Donne	48	51	68	33,3%
Uomini	72	74	107	44,6%
Part-time	**27**	**38**	**40**	**5,3%**
Donne	23	32	30	-6,2%
Uomini	4	6	10	66,7%
Totale	**147**	**163**	**215**	**31,9%**

#HUMANA20 (GRI 102-43)

Il 2018 è stato l'anno dei festeggiamenti per un importante traguardo: il 20° compleanno di HUMANA Italia! Un'occasione che ci ha permesso di rivivere insieme le nostre origini.
Dall'idea del viaggio, esperienza di conoscenza considerata da sempre fondamentale in HUMANA, hanno tratto ispirazione le iniziative di engagement realizzate per i nostri dipendenti. Alcuni di questi, infatti, hanno avuto la possibilità di visitare parte dei progetti e delle attività che HUMANA realizza nel mondo. In particolare, tre gruppi di collaboratori (per un totale di 21 persone) sono partiti alla scoperta dei progetti di cooperazione internazionale implementati in **India** e in **Malawi** e dei negozi, degli orti urbani e del centro di smistamento dell'associazione consorella **HUMANA Spagna**.
L'iniziativa nasce dalla convinzione che l'**esperienza diretta** e il poter "toccare con mano" l'impatto generato dalla propria attività contribuiscano a rafforzare il **coinvolgimento** nei riguardi della mission di HUMANA, traducendosi anche in un'opportunità di **team building e di incontro** con i nostri colleghi all'estero.
Inoltre, lo scorso 20 settembre HUMANA ha organizzato una **giornata dedicata ai collaboratori di tutte le filiali e di tutti i negozi**, per ripercorrere le principali tappe della nostra organizzazione e per guardare insieme alle prossime sfide. È stato un momento importante per conoscersi reciprocamente e "fare squadra". Proprio durante quest'evento è stato presentato a tutti il mitico pullmino Volkswagen T2, con il quale ci siamo messi in viaggio per premiare i principali partner della raccolta abiti (si veda pag. 46).



«Malawi, dove non avere nulla può essere la ricchezza più grande. Conoscere la magia di questo Paese è stata la cosa più bella. Fino a contrarre la più piacevole "malattia" che esista in natura, quella dell'insieme di sensazioni e sentimenti ai quali non sappiamo dare un nome preciso e che siamo soliti chiamare "mal d'Africa". È difficile spiegare un innamoramento a parole, si rischia la banalità dei luoghi comuni, si ha paura di imprigionare pensieri liberi e sublimi nella gabbia della parola scritta.



Un luogo dove la gente non ti "incrocia" ma ti saluta, dove è tutto vero, anche le cose più spiacevoli, perché tutto è vita. Il mio mal d'Africa non è nostalgia, è sete. Sete di energia umana, di voci, di odori così familiari che li sento la mattina appena sveglia, sul finire di un sogno che mi riporta là... sete. Di mani forti che mi accompagnano lungo la strada, di non sentirmi mai sola di sorrisi. Questo è stato il mio viaggio in Malawi.

***Sabrina Menta,** Responsabile negozio HUMANA Second Hand Torino*



«Come fate a essere così splendenti?» ci hanno chiesto delle donne che abbiamo incontrato durante la visita in India, quando eravamo stanche, sporche, vestite male. Noi, che abbiamo tutto, in quei giorni ci consideravamo sciatte e impresentabili. Loro, che hanno molto poco, ci consideravano splendenti. Questo è il più bel regalo che HUMANA potesse farci: vedere con occhi diversi noi stessi e il nostro mestiere. Perché saper vedere attraverso lo sguardo degli altri, di chi può avere una possibilità di riscatto grazie anche al nostro lavoro, è un privilegio per pochi. Siamo partiti in sette dalle sedi di HUMANA: l'India e i nostri colleghi ci hanno accolto e ci hanno fatto conoscere i progetti realizzati grazie alla raccolta degli abiti usati. Abbiamo capito che quel che facciamo è "giusto" e che c'è un giusto e uno sbagliato, c'è un modo corretto di fare le cose e uno no. E HUMANA ci ha dimostrato di essere la scelta giusta. Dobbiamo considerarci "splendenti" per la fortuna di fare questo mestiere. E alla domanda «che fine fanno gli abiti?» rispondiamo che diventano occhi profondi e sorridenti, mani sporche di pennarelli, carote coltivate biologicamente, donne che insieme trovano un lavoro. Insomma, diventano un'emozione.

***Claudia Moretta**, Referente Relazioni Esterne, Roma*

PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO

> **Il bello di essere diversi: 29 nazionalità, insieme per un unico obiettivo**

Ciò che viene definito tradizionalmente con il concetto di "diversity" è per HUMANA un valore centrale. La riprova è il fatto che i 215 collaboratori di HUMANA appartengano a ben **29 nazionalità diverse**: people to people, anche in Italia. Un team davvero multiculturale che lavora in squadra, andando oltre a qualunque differenza di appartenenza etnica, credo religioso e di colore della pelle. Non esistono particolari procedure volte a garantire le pari opportunità e il contrasto a qualsiasi tipo di discriminazione all'interno dell'organizzazione. Questo tema è infatti un valore intrinseco e fortemente radicato nella cultura interna a HUMANA, motivo per cui non si è ritenuto di dover adottare politiche formalizzate a riguardo **(GRI 103 1-2-3)**.

Lo staff di HUMANA si contraddistingue anche per l'equilibrio tra le **componenti di genere** (si veda Figura 6). Dopo la forte crescita della presenza femminile nel 2017 (+16,7%), l'inserimento di nuovi autisti nel 2018 ha determinato un maggiore incremento dello staff di genere maschile, senza tuttavia modificare in modo sostanziale il rapporto di parità.

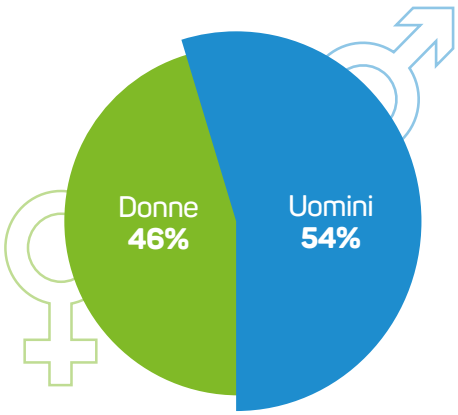
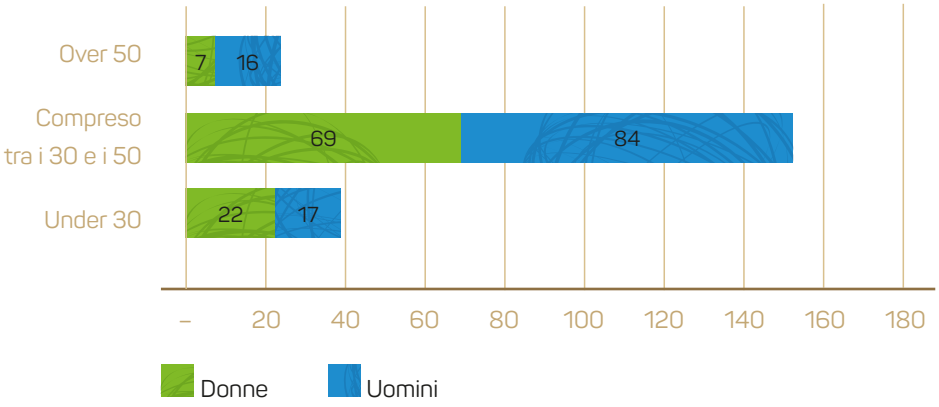


Figura 6. **POPOLAZIONE AZIENDALE PER GENERE**

Dal punto di vista anagrafico, la squadra di HUMANA è abbastanza giovane, con la maggior parte di collaboratori di età compresa **tra i 30 e i 50 anni** e una quota di oltre il 18,1% di persone **under 30**, dati che favoriscono un **contesto dinamico** (GRI 405-1 b).

Figura 7. **I COLLABORATORI DI HUMANA PER FASCIA DI ETÀ E GENERE**



La "diversity" di genere è assicurata anche negli organismi di governance di HUMANA Italia (GRI 405-1 a). Mentre nel **Comitato Direttivo** solo il 25% dei quattro componenti è di genere femminile, il **CdA della Cooperativa** vede 2 donne su 3, che salgono alla totalità dei 3 componenti del **CdA della ONLUS**. Dal punto di vista anagrafico, prevale la categoria over 50, che rappresenta il 66,7% dei membri del CdA della ONLUS, il 75% dei membri del Comitato Direttivo e il 100% dei membri CdA della Cooperativa.

Nel 2018 **non si sono registrate** azioni legali o denunce **relative a casi di discriminazione** nei confronti o all'interno dello staff per il mancato rispetto delle persone in virtù della loro religione, razza, colore, sesso, opinione politica o per la propria estrazione e provenienza sociale (GRI 406-1 a).

FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE DELLO STAFF

La formazione e la crescita professionale dello staff costituiscono obiettivi molto importanti per HUMANA Italia. La formazione erogata mira non solo ad accrescere lo **sviluppo professionale** dello staff, ma anche a **coinvolgerlo e sensibilizzarlo sui temi e valori fondanti della nostra mission**. Ogni anno, i responsabili di reparto rilevano le esigenze formative dei propri collaboratori e le comunicano all'Ufficio HR. A partire dal 2019 puntiamo a introdurre un questionario di valutazione che i beneficiari delle attività formative (di qualsiasi tipo) saranno chiamati a compilare con lo scopo di verificare il reale apprendimento degli argomenti trattati e delle informazioni ricevute; al termine delle attività, il responsabile effettuerà la verifica dell'efficacia dell'intervento (GRI 103-1-2-3).

La formazione erogata complessivamente nel 2018 ammonta a **2.532 ore**[5]. Di queste, 761 ore (+296,4% rispetto al 2017)[6]rientrano nella **formazione obbligatoria**: in particolare, l'incremento nel numero del personale ha reso necessaria una formazione per i neo-assunti **sui temi della salute e sicurezza sul posto del lavoro**. Inoltre, in considerazione del ruolo ricoperto, 4 collaboratori hanno effettuato una formazione specifica per la conduzione del carrello elevatore usato nei nostri impianti. I due RLS (Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza) di HUMANA Italia, rispettivamente per la SCARL e per la ONLUS, hanno poi svolto nel corso dell'anno una formazione di aggiornamento. Una quota minoritaria, ma comunque importante, di formazione obbligatoria (37 ore) è stata invece dedicata al **tema della legalità e della conoscenza del MOG 231** (si veda box, a pag. 26).

Alla formazione obbligatoria si aggiungono i **percorsi formativi realizzati in via volontaria per i collaboratori** (specifici a seconda del reparto di appartenenza e del ruolo ricoperto). Dei corsi condotti durante l'ultimo anno, alcuni hanno come obiettivo lo sviluppo di soft skill come le abilità di negoziazione, di ascolto attivo e di gestione dell'emotività; mentre altri hanno una valenza tecnica (si pensi a quello dedicato all'aggiornamento dell'elaborazione del MUD[7]).

Nella formazione non obbligatoria è inclusa la cosiddetta "**induction**", ossia la formazione dedicata ai neo-assunti per garantire loro una prima conoscenza dei principali processi, procedure e strumenti organizzativi interni, agevolando così il loro inserimento nella squadra di HUMANA.

Le ore di "induction", che corrispondono al **69,9%** delle ore di formazione non obbligatoria, variano a seconda della mansione svolta e del ruolo ricoperto.

[5] Le ore di formazione complessive qui inserite si riferiscono alle ore totali erogate nel corso del 2018 e non solo alle ore di formazione erogate per i collaboratori attivi al 31.12.2018, come invece avevamo fatto nella rendicontazione 2017 (GRI 102-48).

[6] Si veda nota precedente.

[7] Acronimo di Modello Unico di Dichiarazione Ambientale.

Tabella 8. **ORE TOTALI DI FORMAZIONE (OBBLIGATORIA E NON)**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Ore di formazione obbligatoria	1.045	192	**761**	296,4
Ore di formazione non obbligatoria	317	928,5	**1.771**	90,7
Ore totali di formazione	1.362	1.121	**2.532***	126

* Le ore di formazione complessive qui inserite si riferiscono alle ore totali erogate nel corso del 2018 e non solo alle ore di formazione erogate per i collaboratori attivi al 31.12.2018, come invece avevamo fatto nella rendicontazione 2017 (GRI 102-48).

Investiamo sulle nostre risorse per rispondere in modo efficace ai cambiamenti

Se si considerano le ore di formazione (obbligatoria e non) erogate per **categoria contrattuale**, nel 2018 sono stati soprattutto i **Quadri** (si veda Tabella 9) a beneficiarne maggiormente; guardando invece al **genere**, vi è stata una prevalenza di uomini che hanno preso parte a percorsi formativi (GRI 404-1).

Tabella 9. **ORE DI FORMAZIONE MEDIE ANNUE PER QUALIFICA E GENERE**

Dirigenti	**14,4**
Donne	-
Uomini	14,4
Quadri	**36,7**
Donne	63,1
Uomini	10,3
Impiegati	**14,3**
Donne	12,6
Uomini	18,6
Operai	**9,4**
Donne	6,5
Uomini	10,8

SALUTE E SICUREZZA

Salute e sicurezza sul posto di lavoro sono **valori preliminari e fondamentali** per HUMANA Italia, da applicare nello svolgimento di tutte le nostre attività e nei confronti degli stakeholder esterni che accedono alle nostre sedi.

Con l'obiettivo di assicurare la massima efficacia delle normative in termini di salute e sicurezza, HUMANA si impegna costantemente a garantire ai collaboratori e al personale esterno un **aggiornamento** o una **formazione ex novo** in tema di salute e sicurezza sul posto di lavoro. Le regole in materia sono inoltre estese a tutti coloro (volontari, vacanzieri solidali, attivisti del progetto *Orto 3C*, visitatori del centro di smistamento ecc.) che entrano in contatto, a vario titolo, con la nostra organizzazione (GRI 103-1-2-3).

In generale, le attività di HUMANA Italia non sono contraddistinte da un elevato rischio per la salute e la sicurezza; i **principali rischi** sono connessi all'attività di svuotamento e trasporto degli indumenti raccolti dagli autisti, alla manutenzione dei contenitori e all'attività di stoccaggio e spostamento degli abiti negli impianti di HUMANA. In considerazione delle attività svolte nelle sei filiali di HUMANA Italia e nei nostri negozi, non sono presenti lavoratori coinvolti in mansioni che presentano un alto livello di rischio di malattie specifiche (GRI 403-3).

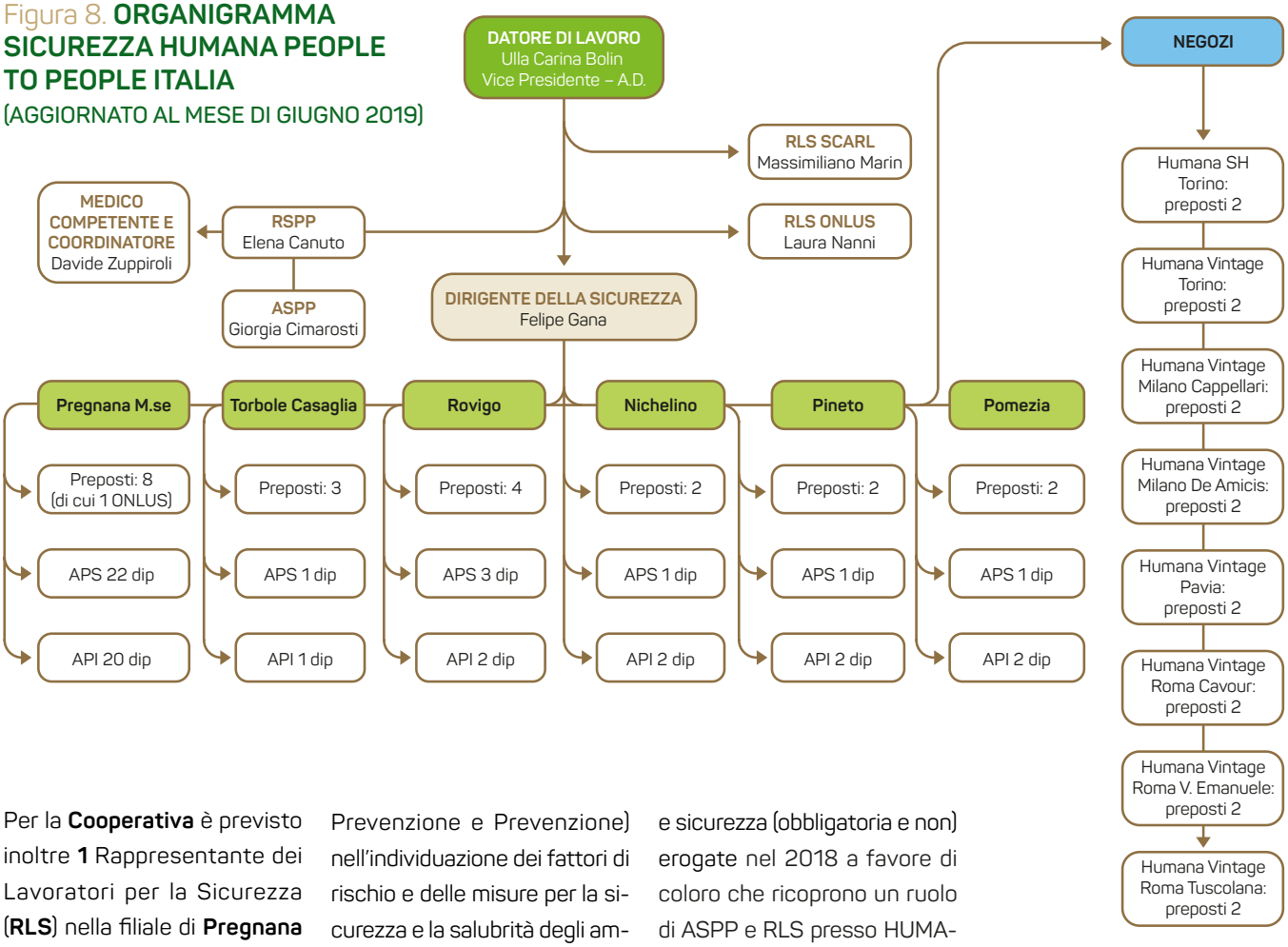
In tema di salute e sicurezza, nel corso del 2019, ci poniamo come obiettivo quello di completare l'integrazione del nostro sistema di gestione, con l'ottenimento della certificazione UNI ISO 45001:2018 per la Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro, che rappresenta uno strumento gestionale e di evoluzione culturale che, nel fornire gli strumenti per salute e sicurezza, consente anche un'integrazione con aspetti di qualità e ambiente.

La ISO 45001, con il suo focus su leadership, coinvolgimento dei lavoratori e valutazione dei rischi, rafforza l'approccio gestionale e organizzativo per sostenere l'adozione di una cultura di impresa che guardi alla salute e alla sicurezza sul lavoro non solo come a un adempimento normativo, ma come una parte essenziale dei processi lavorativi e a un'opportunità di miglioramento e crescita complessiva delle performance aziendali. La certificazione, in virtù della sua struttura integrata con quella delle norme di gestione per la qualità e per l'ambiente, può contribuire a generare un nuovo modello di competitività sostenibile che occorre sostenere e perseguire.

Benché non vi siano accordi formali con i Sindacati relativi alla salute e alla sicurezza (GRI 403-4 a e b), HUMANA Italia è strutturata con un team di lavoro deputato a controllare e fornire consigli sui programmi di tutela della salute e sicurezza dei lavoratori (GRI 403-1 a).

Come si evince dalla Figura 8, la squadra di HUMANA Italia dedicata alla salute e sicurezza sul posto di lavoro include **1** Dirigente per la Sicurezza, **1** Responsabile Servizio di Prevenzione e Protezione **(RSPP)**, il medico competente e **1** Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione **(ASPP)**.

Figura 8. **ORGANIGRAMMA SICUREZZA HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA**
(AGGIORNATO AL MESE DI GIUGNO 2019)



Per la **Cooperativa** è previsto inoltre **1** Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (**RLS**) nella filiale di **Pregnana M.se (MI)**. A questi si aggiunge **1** Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (**RLS**) per i dipendenti della **ONLUS**, sempre presso la **filiale milanese**.
Il 100% dei dipendenti di HUMANA Italia beneficia dell'esistenza di tale struttura (GRI 403-1 b).

Il ruolo di **Addetto al Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP)** è ricoperto da una risorsa interna a HUMANA che, facendo parte del servizio di prevenzione e protezione dai rischi (come stabilito dal D. Lgs. 81/08), ha un ruolo di collegamento tra Datore di Lavoro/Dirigente per la Sicurezza e RSPP esterno (Responsabile Servizio Prevenzione e Prevenzione) nell'individuazione dei fattori di rischio e delle misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, nel rispetto della normativa vigente e sulla base della specifica conoscenza dell'organizzazione aziendale.
La Tabella 10 evidenzia le ore di formazione in materia di salute e sicurezza (obbligatoria e non) erogate nel 2018 a favore di coloro che ricoprono un ruolo di ASPP e RLS presso HUMANA Italia (sia Cooperativa, sia ONLUS). La figura che ricopre il ruolo di RSPP non ha svolto nel corso del 2018 ore di formazione specifica.
Viene eseguita costantemente

Tabella 10. **ORE DI FORMAZIONE IN MATERIA DI SALUTE E SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO SUDDIVISE PER I PRINCIPALI RUOLI DELL'ORGANIGRAMMA SULLA SICUREZZA (SCARL E ONLUS)**

Ruolo nell'organigramma salute e sicurezza	Numero ore formazione obbligatoria	Numero ore formazione non obbligatoria
ASPP	0	0
RLS	18	0

la **sorveglianza sanitaria dei lavoratori** con lo scopo di governare, monitorare e registrare le visite dei collaboratori di **HUMANA Italia**. Nel 2018 il numero degli **infortuni**, così come presentato nella Tabella 11, si conferma nel complesso limitato **(10)**, anche se in leggera crescita rispetto al 2017. Le persone coinvolte in incidenti sono prevalentemente collaboratori di **genere maschile** (9 su 10), mentre solo una dipendente donna si è infortunata presso il centro di smistamento in provincia di Milano. Gli altri 9 incidenti hanno

Tabella 11. **INFORTUNI PER GENERE E AREA GEOGRAFICA AL 31.12.2018***

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Numero di infortuni Lazio (Roma)	**1**	**1**	**1**	0,0%
Donne	-	-	-	-
Uomini	1	1	1	0,0%
Numero di infortuni Lombardia (Milano, Pavia e Brescia)	**5**	**4**	**6**	**50,0%**
Donne	-	-	1	100,0%
Uomini	5	4	5	25,0%
Numero di infortuni Veneto (Rovigo)	**-**	**1**	**2**	**100,0%**
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	1	2	100,0%
Numero di infortuni Abruzzo (Teramo)	**-**	**-**	**1****	**100,0%**
Donne	-	-	-	-
Uomini	-	-	1	100,0%
Totale numero infortuni	**6**	**6**	**10**	**66,7%**
Donne	**-**	**-**	**1**	**100,0%**
Uomini	**6**	**6**	**9**	**50,0%**

* Sono stati qui considerati tutti gli infortuni registrati da HUMANA Italia (SCARL e ONLUS) nel corso del 2018, includendo anche i dati di 1 persona infortunata nella prima metà dell'anno e che, al 31.12.2018, non collaborava più con HUMANA Italia.

** La persona infortunata nella filiale di Teramo nel 2018 non risulta più attiva al 31.12.2018.

Tabella 12. **INDICI DEGLI INFORTUNI DEI COLLABORATORI DI HUMANA ITALIA AL 31.12.2018▲**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Totale numero di infortuni	**6**	**6**	**10***	**66,7%**
Indice di frequenza degli infortuni - totale**	**29**	**21,1**	**33,2**	**57,3%**
Indice di frequenza degli infortuni - donne			7,7	
Indice di frequenza degli infortuni - uomini			52,7	
Indice di gravità***	**7,2**	**2,5**	**5,5********	**120,0%**
Indice di gravità - uomini			7,0	
Indice di gravità - donne			0,61	
Durata media infortuni (in giornate)	**25**	**11,9**	**16,7**	**40,3%**

▲ I calcoli degli indici degli infortuni hanno considerato per il 2018 tutte le persone assunte durante l'anno con un contratto a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato (no stage e no contratto collaborazione continuativa).
Le ore lavorate e quelle di assenza sono state calcolate complessivamente, ossia includendo anche le ore lavorate/assenza nel 2018 da persone non più assunte al 31.12.2018.

* Sono stati qui considerati tutti gli infortuni registrati da HUMANA Italia (SCARL e ONLUS) nel corso del 2018, includendo anche i dati di 1 persona infortunata nella prima metà dell'anno e che, al 31.12.2018, non collaborava più con HUMANA Italia.

** Calcolato come segue: numero infortuni/totale ore lavorate in 1 anno* 1.000.000

*** Calcolato come segue: giornate di assenza (da calendario) per infortunio/totale ore lavorate in 1 anno*10.000

**** Una delle persone infortunate nel 2018 è risultata assente anche nella prima parte del 2019. Le ore perse da questo collaboratore nel 2019 a causa dell'infortunio avuto nel 2018 saranno rendicontate nel prossimo Bilancio di Sostenibilità.

riguardato **autisti**, **magazzinieri** e un **manutentore** rispettivamente nelle filiali di Milano (3), Brescia (2), Rovigo (2), Pineto (1) e Pomezia (1) (GRI 403-2 a). L'**indice di frequenza** degli infortuni per il 2018 è pari al **33,2**, mentre l'**indice di gravità** si assesta al **5,5**, in crescita rispetto al 2017, anche se più basso rispetto al 2016. In media le **giornate di lavoro perse per infortunio** sono state 16,7.

Nessun collaboratore di HUMANA Italia ha contratto malattie collegate allo svolgimento dell'attività professionale, né si sono verificati incidenti gravi sul posto di lavoro (GRI 403-2 a). Tutte le pratiche legate agli incidenti e infortuni sul posto di lavoro (per tutte le filiali di HUMANA Italia) sono gestite e rendicontate internamente e segnalate all'INAIL.

Per quanto concerne il **tasso di assenteismo**, calcolato come il rapporto tra le ore perse per infortunio, malattia, permessi sindacali, sciopero e assenza ingiustificata e le ore complessivamente lavorate nel corso dell'anno, esso è sceso a fine 2018 a quota 3,5% grazie al calo delle ore di assenza per malattia, nonostante l'incremento delle ore lavorate totali. Se si considerano le **giornate di assenza complessive** queste ammontano a **1.398,0**.
Se si considera il **tasso di assenteismo per genere**, quello femminile resta mediamente più basso (**534,3** giornate totali di assenza) rispetto a quello maschile (**863,6** giornate totali di assenza): tale differenza è dovuta principalmente alle ore di assenza per infortunio che hanno coinvolto prevalentemente collaboratori di genere maschile (9 su 10 infortuni totali) e alle ore di assenza per malattia (i reparti operativi, in primis quello degli autisti che si occupano della raccolta indumenti dai contenitori sono più soggetti ad assenteismo per malattia stagionale, perché svolgono il proprio lavoro sempre all'aperto) (GRI 403-2 a).

1.3.2 Il personale esterno

In alcune mansioni operative e a seconda dell'andamento della raccolta di indumenti usati, i collaboratori di HUMANA sono affiancati da personale esterno, assunto da Cooperative. Al 31.12.2018, i collaboratori esterni che collaborano in modo stabile presso la nostra organizzazione sono **13**, tutti di **genere maschile** e tutti **operai** (GRI 102-8 d)[8], e lavorano rispettivamente (si veda Tabella 13):

- come autisti, **1** nella filiale di **Torbole Casaglia (BS)** e **6** nella sede di **Pregnana M.se (MI)**;
- come magazzinieri, **1** nella filiale di **Torbole Casaglia (BS)** e **5** nella sede di **Pregnana M.se (MI)**.

Il **totale delle ore lavorate** da parte del personale esterno impiegato al 31.12.2018 è stato pari a **19.920**.

Tabella 13. **PERSONALE ESTERNO CHE LAVORA PRESSO LE SEDI AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Lazio (Roma)	-	2	-	-
Donne		-	-	-
Uomini		2	-	-
Lombardia (Milano, Brescia)	9	16	13	-18,7%
Donne	-	2	-	-100,0%
Uomini	9	14	13	-7,1%
Totale	**9**	**18**	**13**	**-27,8%**
Donne	**-**	**2**	**-**	**-100,0%**
Uomini	**9**	**16**	**13**	**-18,7%**

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

HUMANA Italia contribuisce a garantire la salute e la sicurezza sul posto di lavoro anche ai collaboratori esterni assunti da Cooperative, ai quali spetta in via prioritaria l'adeguata formazione a riguardo. Il preposto o il responsabile del reparto presso cui si troveranno

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

a prestare servizio i collaboratori esterni, si coordina con il responsabile di reparto del collaboratore esterno, affinché siano fornite le istruzioni operative preliminari all'avvio dell'attività lavorativa. I responsabili di reparto, in accordo con i preposti dei collaboratori esterni, verificano inoltre l'effettivo utilizzo dei necessari dispositivi di sicurezza (quali, ad esempio, le scarpe anti-infortunistiche).
HUMANA verifica che il personale esterno operi nel rispetto del D. Lgs. 81/08 in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e, pertanto, controlla ad esempio che sia stato sottoposto a opportuna formazione e sia fornito dei DPI (dispositivi di protezione individuale) necessari e commisurati allo svolgimento delle attività richieste (GRI 403-2 c). Inoltre, qualora ricorrano le condizioni di cui all'articolo 26 del D. Lgs. 81/08, viene redatto il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), allo scopo di valutare i rischi da interferenze tra le attività dei soggetti coinvolti e adottare le necessarie misure di protezione e prevenzione degli infortuni (GRI 103-1-2-3).

Nel corso del 2018 non si sono registrati infortuni né incidenti che hanno coinvolto i collaboratori esterni impiegati da HUMANA per lo svolgimento delle proprie attività (GRI 403-2 b).

Tabella 14. **LA NOSTRA SQUADRA: I NOSTRI OBIETTIVI**

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Rafforzare il senso di appartenenza dei dipendenti nei confronti dell'organizzazione e migliorare il clima aziendale, anche attraverso le iniziative di celebrazione del 20° anniversario dell'attività di HUMANA in Italia.		Celebrazione del 20° anniversario di HUMANA Italia con un evento dedicato a tutto lo staff. Visita da parte di alcuni collaboratori di HUMANA dei progetti in Malawi, India e Spagna. Iniziative di team building per alcuni gruppi di dipendenti.	–
Migliorare la gestione delle risorse interne, curando la crescita professionale dello staff e aumentando la soddisfazione lavorativa con maggiore consapevolezza del proprio ruolo e delle responsabilità a esso collegate. Creare una squadra di persone preparate non solo tecnicamente, ma anche e soprattutto motivate e con skill e comportamenti efficaci.		Incontri periodici di reparto formativi e informativi sulla mission di HUMANA a fini motivazionali. Incontri esterni a HUMANA per la condivisione di obiettivi e delle aree di miglioramento.	Individuare le esigenze di crescita e formazione professionale per lo staff di HUMANA Italia.
Migliorare l'approccio e il processo di inserimento dei neo-assunti all'interno dell'organizzazione, consentendo loro di diventare subito parte integrante della squadra e integrando il piano di induction generale con piani specifici, a seconda del ruolo ricoperto.		Moderato miglioramento del processo di "induction" con personalizzazione in base al ruolo.	Impostare un nuovo format di "induction" per le persone neo-assunte.

Obiettivo raggiunto

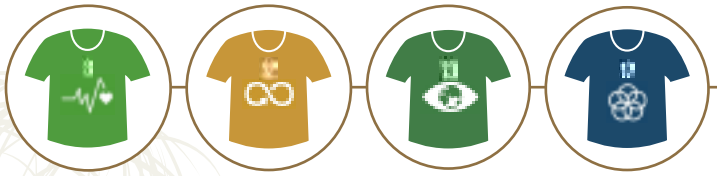
Obiettivo parzialmente raggiunto

Obiettivo non raggiunto



VESTITI USATI CHE TRASFORMANO IL MONDO: LA NOSTRA FILIERA

2



2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA

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

La tracciabilità è per noi ancora più importante in quanto portatori di una finalità sociale che risponde a un preciso mandato dei cittadini che donano i propri vestiti. Grazie alla trasparenza, è possibile garantire il "**valore sociale**" dell'attività di HUMANA, sotto forma di progetti di cooperazione internazionale e iniziative solidali in Italia.

HUMANA si è dotata di una serie di strumenti e di certificazioni volti a migliorare la gestione della propria filiera: le certificazioni **UNI EN ISO 9001** per la Qualità e **14001** per l'Ambiente[1]; il **Modello Organizzativo 231**; l'iscrizione alla cosiddetta **White List** (ossia al registro gestito dalla Prefettura di Milano con l'elenco dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa, operanti nei settori maggiormente a rischio) e l'attestazione **ESET** (GRI 103-1-2-3).

ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA

Lo strumento che HUMANA Italia ha scelto di adottare per verificare la propria filiera si chiama **ESET**, acronimo di filiera Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente: si tratta della **prima attestazione di verifica di parte terza della filiera degli indumenti usati**, possibile grazie alla ricostruzione puntuale dei flussi merceologici (ossia dei vestiti) ed economici.

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

La prima verifica della nostra filiera è stata fatta nel 2017 dall'ente di certificazione internazionale **Bureau Veritas**: in questa fase, i revisori hanno svolto un **controllo "sul campo"** dei principali anelli del processo, visitando gli impianti di stoccaggio e selezione e accertando le attività di raccolta e contabilità di HUMANA in Italia e delle **consorelle in Bulgaria** (a Varna) e **in Malawi** (a Blantyre); l'attività di verifica ha riguardato anche i negozi di HUMANA, in Italia e nei Paesi sopracitati, e gli interventi di cooperazione internazionale implementati sempre in **India** e **Malawi**, grazie alla valorizzazione dei vestiti usati.

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

A inizio 2019 sono previste interviste e visite di monitoraggio di Bureau Veritas presso due dei nostri principali partner (un cliente esterno al network HUMANA e un fornitore dei servizi di recupero energetico).

Lo sviluppo di ESET consentirà di garantire in modo ancora più integrale la filiera di HUMANA, anche attraverso l'applicazione di parametri specifici (standard di gestione dei capi, di impatto sociale generato, di rispetto dell'ambiente e di scelta delle opzioni ecologicamente preferibili nell'ambito della gerarchia dei rifiuti o, ancora, di tutela dei diritti dei lavoratori) all'esterno degli anelli della nostra filiera. Ciò mira a **promuovere una vera e propria "cultura ESET"** tra i diversi operatori attivi in questo ambito, affinché insieme si possa dare vita a **meccanismi virtuosi** volti a introdurre nel mercato una sana competizione tra proposte di valore e di impatto sociale positivo.

[1] È la Cooperativa, nell'attività di gestione della filiera degli abiti usati, a essere certificata UNI EN ISO 9001 e 14001.

A ECOMONDO 2018, IL DIBATTITO SUL FUTURO DEL SETTORE DEL RIUSO

La filiera del riuso si prepara a vivere una **rapida evoluzione** in vista dell'entrata in vigore della Direttiva Europea 2018/851 (che modifica la precedente Direttiva 2008/98), della revisione della normativa nazionale e della partita aperta sulla responsabilità estesa del produttore. Se ne è parlato, lo scorso 7 novembre 2018, al **convegno *Il futuro dei vestiti usati e riutilizzo: come governare la transizione*** organizzato da HUMANA e Occhio del Riciclone in occasione di **Ecomondo**, la più importante fiera sulla green e circular economy dell'area euro-mediterranea.

A seguito dell'approvazione da parte del Consiglio Europeo della Direttiva sull'economia circolare, entro il 2025 anche i materiali tessili saranno oggetto di raccolta differenziata obbligatoria in tutti gli Stati membri: ciò comporterà una significativa **crescita del quantitativo globale raccolto** e si renderà necessaria una **rimodulazione degli schemi di raccolta e avvio a recupero degli abiti usati.** In particolare, è realistico pensare che l'incremento della raccolta dei vestiti determinerà un abbassamento dei prezzi del materiale venduto come "originale" (ovvero non sottoposto a selezione) e un calo della quota di materiale riutilizzabile sul totale del raccolto, rompendo l'equilibrio costi-ricavi che oggi consente di coprire tutti i costi del servizio gratuito.

In aggiunta alle disposizioni europee e sulla base delle istanze presentate da Rete ONU, la Camera dei Deputati ha avviato l'iter relativo alle **proposte di legge n. 1065, 978 e 1224 sul riutilizzo**, fondate su **tre aspetti cruciali**: la **riduzione dell'IVA al 10%** per tutti gli operatori attivi nel settore dell'usato, misura che dovrebbe costituire un concreto sostegno a favore dell'avvio di attività nell'ambito del riutilizzo; l'**istituzione di un tavolo permanente sul riutilizzo presso il Ministero dell'Ambiente**, volto a facilitare l'intesa con Pubbliche Amministrazioni, enti locali e regioni; il **miglioramento della definizione della figura dell'operatore dell'usato**, condizione indispensabile per identificare in modo chiaro e preciso i soggetti che beneficeranno di agevolazioni fiscali, commerciali, urbanistiche e ambientali. Al contempo, diverse realtà sono al lavoro per garantire una filiera del riutilizzo più trasparente e sostenibile. In questa direzione si inserisce il tavolo creato da Rete ONU, Centro Nuovo Modello Sviluppo e Utilitalia, per ragionare sui criteri volti ad aumentare la trasparenza nelle gare per l'affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti usati; o ancora, l'elaborazione di un modello operativo da parte di Occhio del Riciclone e Contarina, finalizzato alla massimizzazione del riutilizzo dei beni durevoli.



Una filiera sicura, di cui ti puoi fidare

2.2 I PRINCIPALI ANELLI DELLA NOSTRA FILIERA

Affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero di abiti usati, con conseguente posizionamento dei contenitori HUMANA

1.226 COMUNI NEI QUALI È PRESENTE IL SERVIZIO DI HUMANA

Raccolta degli abiti usati



5.657 CONTENITORI POSIZIONATI IN **43** PROVINCE*

DOVE VANNO A FINIRE?



Avvio allo smistamento

Impianto di smistamento R3 *(end of waste)* di HUMANA italia (prov. MI)

Conferimento degli abiti presso gli impianti R13/R12 di HUMANA Italia

Vendita e successivo avvio allo smistamento

Impianti di smistamento R3 *(end of waste)* di HUMANA in Bulgaria, Slovacchia e Lituania

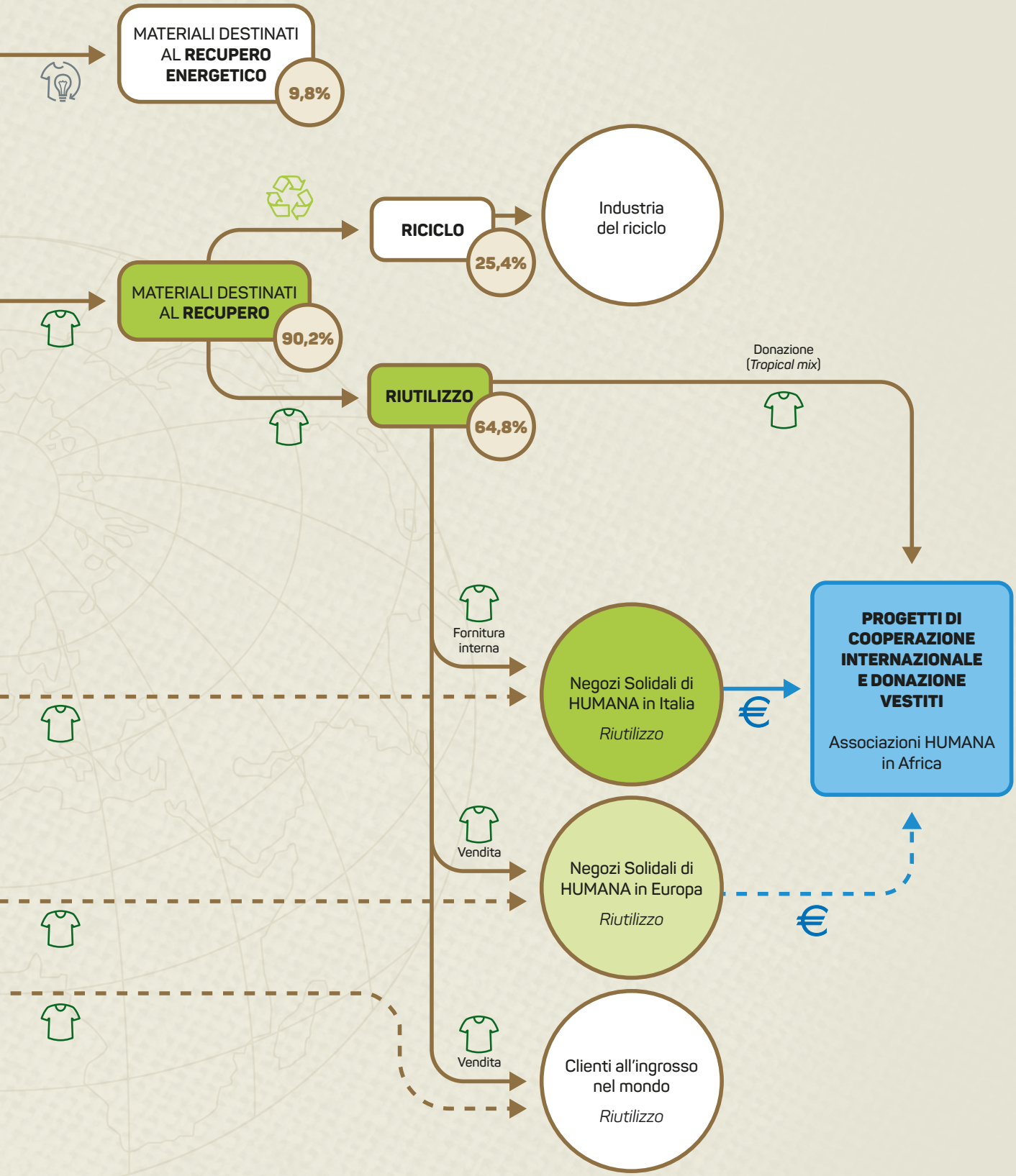
Vendita e successivo avvio allo smistamento

Impianti di smistamento R3 di terzi

AZIONI DI RICADUTA LOCALE IN ITALIA E ORTO DI COMUNITÀ

* A questi contenitori si aggiungono i 645 presenti nella città di Roma, per i quali HUMANA svolge solo il servizio di svuotamento senza l'avvio al recupero.
I chili qui trasportati non rientrano nella raccolta di abiti del nostro ente.

Figura 1. **LA FILIERA DI HUMANA**



ANELLI FILIERA

- HUMANA Italia
- HUMANA Europa
- Enti non HUMANA
- HUMANA Africa

FLUSSO DEGLI ABITI

- Gestione a cura di HUMANA Italia
- Gestione esterna a HUMANA Italia

FLUSSO DEI FONDI

- Erogazione da HUMANA Italia ai progetti
- Erogazione dalle consorelle HUMANA ai progetti

2.2.1 Affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati

La raccolta degli indumenti tramite contenitori stradali è realizzata in conformità al **Testo Unico Ambientale** (**D.Lgs. 152/06**), secondo il quale la raccolta di vestiti, scarpe e accessori usati avviene in regime di privativa da parte di comuni o gestori (consorzi e utilities). Questi possono poi decidere di affidare il servizio a operatori terzi, tra i quali appunto HUMANA Italia. L'affidamento del servizio rappresenta **il primo anello della nostra filiera** ed è regolamentato dalla **normativa** definita dal recente Codice degli Appalti e delle Concessioni (**D.Lgs. 50/16**). Questo dà un rinnovato rilievo al "principio dell'offerta economicamente più vantaggiosa", ponendo al centro la qualità del servizio e integrando gli elementi economici-concorrenziali con considerazioni di ordine sociale e ambientale.

Concretamente, **l'affidamento del servizio può essere diretto** per importi inferiori a 40.000 euro **o può avvenire tramite bando di gara** (cosiddetta "procedura ristretta") per importi superiori a 40.000 euro, secondo quanto stabilito dalle **Linee Guida dell'Autorità Nazionale Anti-corruzione (ANAC) n. 4**.

Una volta ottenuto l'affidamento del servizio, è possibile **posizionare i contenitori per la raccolta vestiti** sul suolo comunale. HUMANA, per assicurare **un servizio di qualità e sempre più "personalizzato"**, prevede un team composto da un **Ufficio Commerciale** e da una **squadra di Referenti Relazioni Esterne (RRE)** (si veda Figura 4), dedito alle relazioni con comuni, consorzi e utilities (nostri partner per la raccolta abiti).

L'Ufficio Commerciale è composto da cinque figure: il Responsabile e due Key Account (per l'area Nord-Ovest e per l'area Nord-Est e Centro) impegnati nell'avvio, mantenimento e miglioramento del servizio con i gestori e comuni più rilevanti e per i contesti di mercato più complessi. A loro si aggiungono una risorsa specializzata nei bandi di gara e la responsabile per le Relazioni Esterne con gli enti locali. Quest'ultima ha il compito di coordinare e di garantire supporto e formazione costante ai Referenti Relazioni Esterne, dedicati alle Pubbliche Amministrazioni convenzionate con HUMANA (molte sotto i 10 mila abitanti). L'attività di Key Account e RRE prevede incontri periodici per un confronto costante sul servizio in essere e per l'implementazione di iniziative congiunte, oltre allo sviluppo di nuove partnership **(GRI 103-3)**.

Le **visite effettuate a comuni e consorzi** nel 2018 sono state **786**, un dato in calo rispetto allo scorso anno (-7,9%) dovuto al turnover in uscita che ha coinvolto alcuni Referenti Relazioni Esterne della filiale di Brescia e alla volontà di contenere i costi inerenti l'attività stessa.

ROAD SHOW #HUMANA20: UN VIAGGIO PER PREMIARE I PARTNER PIÙ VIRTUOSI



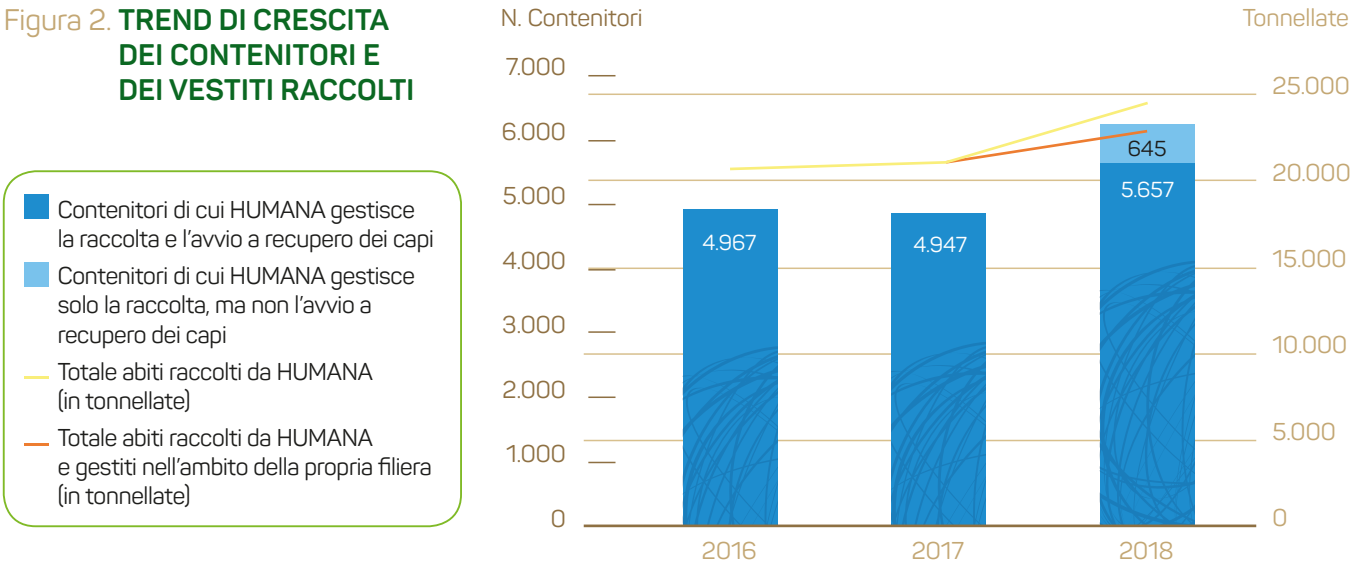
Per celebrare e raccontare i propri 20 anni di impegno, HUMANA ha organizzato un **Road Show**, un **viaggio-evento in diverse province italiane** a bordo di uno storico pullmino Volkswagen T2, icona vintage degli anni '70 e simbolo che rievoca le origini stesse di HUMANA, quando giovani studenti e insegnanti del Nord Europa intrapresero viaggi verso i Paesi dell'Africa e dell'Asia, con l'intenzione di "fare qualcosa" di concreto che potesse migliorare le condizioni di vita delle popolazioni in difficoltà, vittime di carestie e di conflitti. Viaggi che sono stati il seme che ha dato vita a tutta l'attività di cooperazione di HUMANA.

Proprio durante il Road Show, abbiamo consegnato il **premio "HUMANA Eco-Solidarity Award 2018"** ai partner che si sono distinti per il quantitativo di abiti raccolto nel 2017: un riconoscimento per l'impatto sociale e ambientale generato grazie alla collaborazione con HUMANA. Si è trattato di un viaggio vero e proprio, nello spirito originario dell'organizzazione, con un nuovo e attuale risvolto: **rendere più solido e ravvicinato il rapporto con le comunità locali** e le **realtà pubbliche e aziendali** che, con il loro costante impegno, costituiscono il propulsore dell'operato di HUMANA.



Nel 2018 i comuni serviti da HUMANA per gli abiti usati sono stati **1.226** (**+4,7%** rispetto al 2017) in **8** regioni (Lombardia, Veneto, Piemonte, Lazio, Abruzzo, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Marche) e **43** province (GRI 102-6).
In crescita anche il numero dei **contenitori**: nel 2018 sono stati **5.657** (**+14,4%**), ai quali si aggiungono i 645 contenitori di AMA nella città di Roma, per i quali abbiamo svolto il solo servizio di svuotamento e non l'avvio a recupero dei vestiti (gli abiti trasportati non rientrano quindi nell'ambito della nostra filiera).

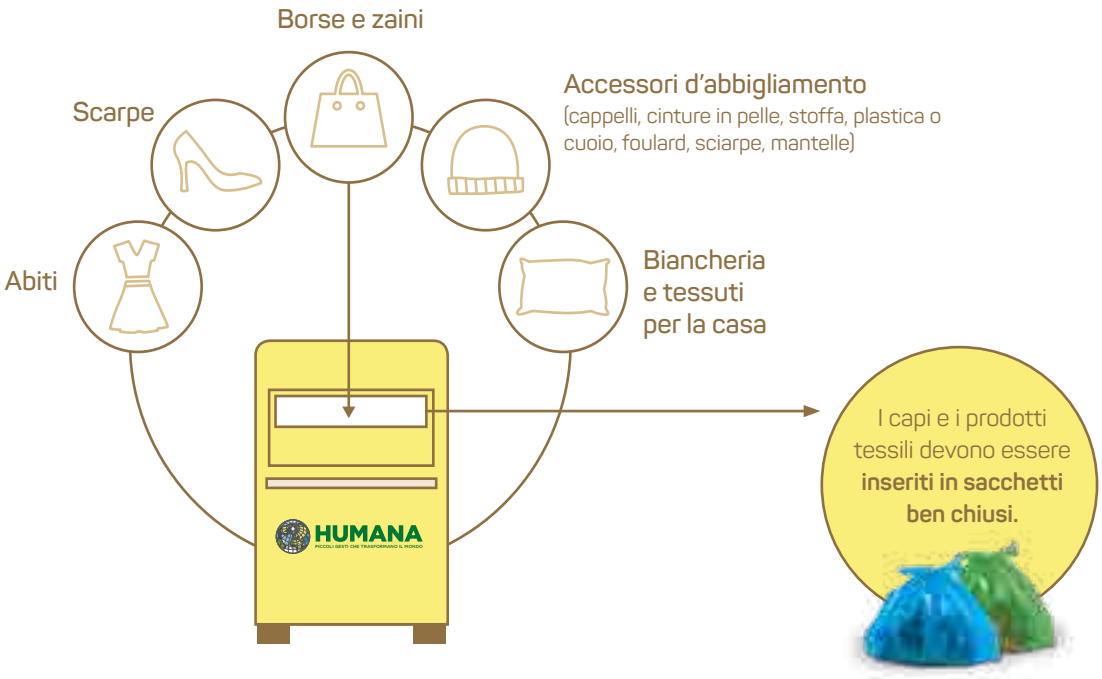
Figura 2. **TREND DI CRESCITA DEI CONTENITORI E DEI VESTITI RACCOLTI**



2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini

Una volta firmato l'accordo con l'ente che affida il servizio, i contenitori per la raccolta indumenti sono posizionati sul suolo comunale e **accessibili ai cittadini**: nel 2018 sono state circa **3,2 milioni**[2] le persone che hanno conferito i propri abiti nei contenitori HUMANA, scegliendo così di destinarli a uno **scopo sociale**, coincidente con la **mission della nostra organizzazione** (GRI 102-6).

Figura 3. **CHE COSA PUOI DONARE?**



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

LA TRACCIABILITÀ DELLE DONAZIONI SOLIDALI

HUMANA, nel suo **impegno a rispettare il mandato del cittadino** che dona i propri vestiti a favore di progetti sociali, informa costantemente persone ed enti sulla propria filiera, garantendone la massima tracciabilità.

L'utilizzo e la destinazione degli abiti che raccogliamo, la nostra mission e i nostri recapiti sono disponibili **sui lati del contenitore con il logo HUMANA** (informazioni spesso assenti sui contenitori di altri operatori). Per accertarsi dell'**affidabilità dell'ente** che si occupa della raccolta, è importante verificare che **sul contenitore** vi siano le seguenti informazioni:

I DATI SULL'ORGANIZZAZIONE INCARICATA DEL SERVIZIO

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

LA DESTINAZIONE DEI CAPI DONATI

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

LE AUTORIZZAZIONI NECESSARIE PER IL POSIZIONAMENTO DEL CONTENITORE

Un ottimo referente per questo è la Pubblica Amministrazione, che può verificare la presenza o meno di tali autorizzazioni.

HUMANA Italia mette a disposizione dei propri stakeholder le informazioni relative alla propria filiera anche sul sito dedicato **http://raccoltavestiti.humanaitalia.org** (in aggiunta a quello istituzionale). Nel 2018 sono state inoltre incrementate e meglio strutturate attività di comunicazione concordate con gli enti partner, per informare i cittadini sul nostro servizio, sulla destinazione dei capi e sui progetti sostenuti. Una comunicazione chiara e completa vuole aumentare l'engagement dei donatori e rafforzare la loro adesione alla nostra mission.

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

CLOTHES FOR LOVE: CONTINUA IL TOUR DEL NOSTRO CUORE ROSSO

L'innovativo contenitore tecnologico a forma di cuore ***Clothes for love***, inaugurato da HUMANA Italia nel 2017, ha proseguito il suo tour nel 2018 con **12 nuove tappe**, questa volta non più solo in **Lombardia**, ma anche in **Veneto** (Bussolengo), **Piemonte** (Cuneo) e nelle **Marche** (Porto Sant'Elpidio e Grottammare). I **chili di abiti raccolti** sono stati **6.270,2** e contribuiranno a sostenere le scuole primarie del distretto di Chilangoma in **Malawi**.

Il progetto rappresenta una **vera novità rispetto alle tradizionali modalità di raccolta degli indumenti**: il contenitore, infatti, da strumento passivo diviene **punto di dialogo con il cittadino**, il quale, grazie al touchscreen digitale, può interagire con il contenitore stesso, ricevendo informazioni sulla filiera e sui progetti e ottenendo, per ogni donazione di abiti effettuata, un **eco-gift**, ossia un buono sconto utilizzabile per l'acquisto di prodotti bio o di lampadine a basso consumo.



LA RACCOLTA ABITI: IL NOSTRO SERVIZIO

HUMANA Italia presta il proprio servizio mediante appositi contenitori per la raccolta abiti, **accessibili 24 ore su 24**.

Mediamente, viene posizionato **un contenitore ogni 1.500 abitanti**, salvo esigenze specifiche diverse. Lo svuotamento avviene con una frequenza media minima di una volta a settimana che, grazie a un monitoraggio costante e puntuale della resa di ciascun contenitore, può essere rivista e aggiornata, specie in considerazione della stagionalità. In casi di emergenza, HUMANA Italia interviene entro 24 ore dalla chiamata e, laddove possibile, offre assistenza per il recupero di effetti personali inseriti erroneamente nei propri contenitori.

I contenitori di HUMANA sono realizzati **in conformità alle norme internazionali UNI**, con l'obiettivo di assicurare nel tempo un servizio di qualità e garantire la sicurezza dei donatori che usufruiscono del servizio. Grazie a un **sistema di monitoraggio costante** sono controllati affinché siano sempre funzionanti e in buono stato e sia possibile procedere alla loro sostituzione laddove si verifichi un peggioramento della qualità meccanica e/o dell'estetica. Tutti i nostri contenitori sono inoltre coperti da assicurazione RC per eventuali danni causati a terzi. Il 5,8% è costituito da modelli anti-intrusione, per garantire la maggiore sicurezza dei capi donati. Sempre in tema di sicurezza, la presenza di un **ASPP interno** (si veda pag. 37) ci consente un costante controllo di tutti gli aspetti legati alla salute e alla sicurezza della nostra filiera, che intendiamo ulteriormente migliorare con l'introduzione della norma UNI EN ISO 45001:2018 nel nostro sistema di gestione integrato (GRI 103-1-2-3). Per assicurare una **maggiore accessibilità dei contenitori**, HUMANA Italia è inoltre impegnata a incrementare gradualmente il numero di quelli idonei all'utilizzo da parte di persone diversamente abili. Nel 2018 è stata effettuata la manutenzione su 761 contenitori (pari al 14,7% dei contenitori totali di proprietà di HUMANA[3]) (GRI 416-1).



È la **Cooperativa di HUMANA Italia** a occuparsi del servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati in quanto iscritta all'**Albo Nazionale Gestori Ambientali** (in categoria 1 classe A) e li conferisce, sulla base di specifiche autorizzazioni rilasciate dagli enti competenti, nei propri impianti nelle province di Brescia, Milano, Roma, Rovigo, Teramo e Torino. Qui si conducono attività di recupero diverse a seconda della tipologia di autorizzazione: tutti gli impianti possono stoccare i vestiti (**autorizzazioni R13**). Presso l'impianto di Pregnana M.se (MI) è possibile, grazie all'**autorizzazione R3**, gestire anche un processo di *end of waste* volto alla selezione e all'igienizzazione dei vestiti usati con l'obiettivo di massimizzare il riutilizzo dei capi.

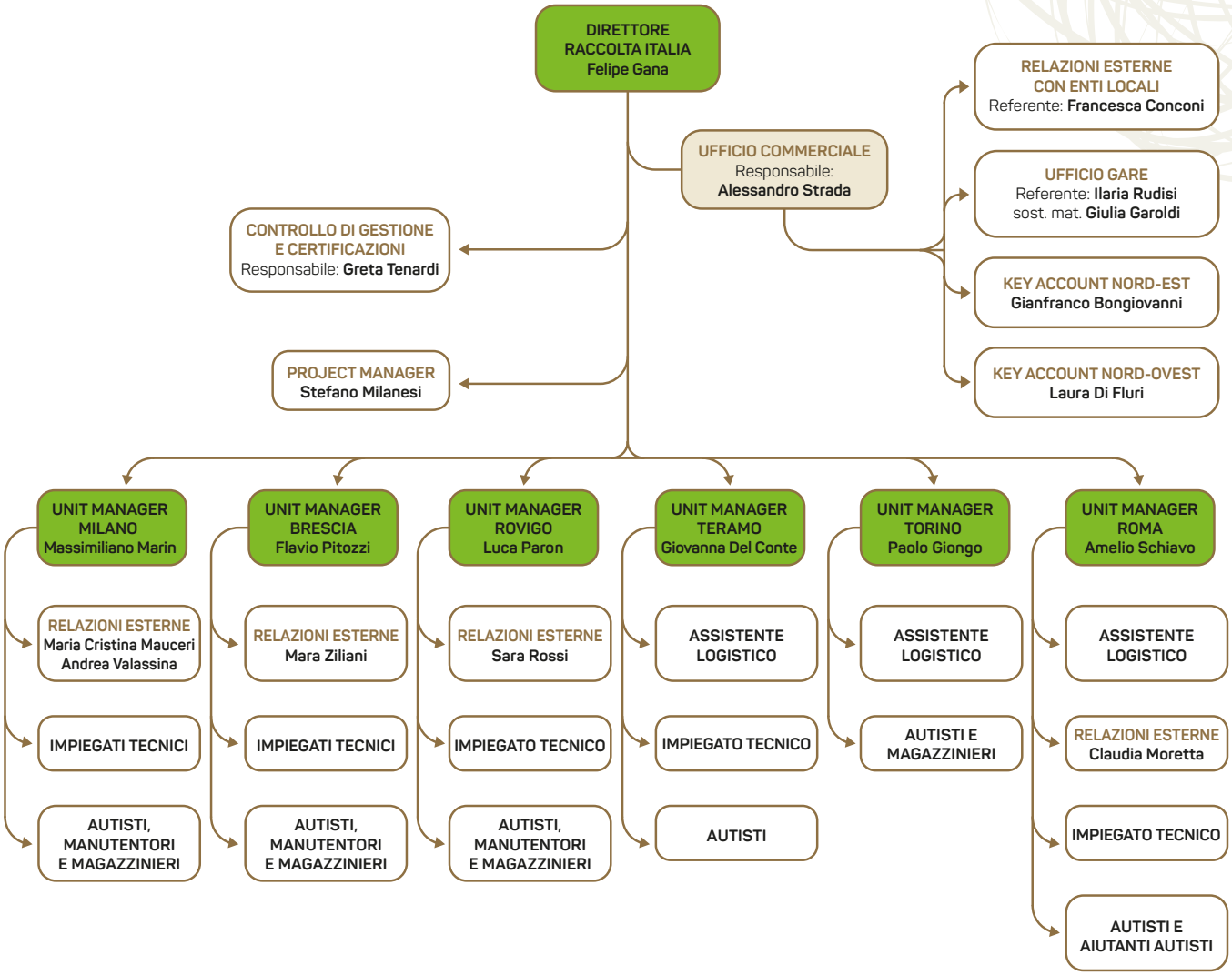
Il reparto Raccolta Abiti (si veda Figura 4) è composto da un **team di autisti** (72 al 31.12.2018) che raccolgono gli abiti nelle 6 filiali di HUMANA in Italia. A loro si aggiungono gli **Unit Manager** e i **Referenti Relazioni Esterne**; gli **impiegati tecnici** che si occupano della gestione dei formulari (documenti amministrativi obbligatori per legge per tracciare il flusso dei vestiti) da inoltrare agli enti convenzionati; i **magazzinieri** e i **manutentori** impegnati nella riparazione e sistemazione dei contenitori.

È proseguito l'utilizzo del cosiddetto **"CRM Espresso"**, piattaforma di Customer Relationship Management, lanciata nel 2017 con lo scopo di migliorare la tracciabilità e la condivisione delle informazioni sul servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti (si pensi ad esempio alla gestione dei dati sui contenitori o delle richieste e delle segnalazioni da parte dei nostri partner).

La flotta mezzi del reparto Raccolta Abiti consta, a fine 2018, di **60 mezzi** dedicati alla raccolta indumenti, **l'85%** dei quali **a basso impatto ambientale** (categorie euro 5 ed euro 6).

[3] Il calcolo della percentuale è stato effettuato sul totale dei contenitori di HUMANA, pari a 5.189.

Figura 4. **ORGANIGRAMMA REPARTO RACCOLTA ABITI ITALIA**
(AGGIORNATO AL MESE DI GIUGNO 2019)

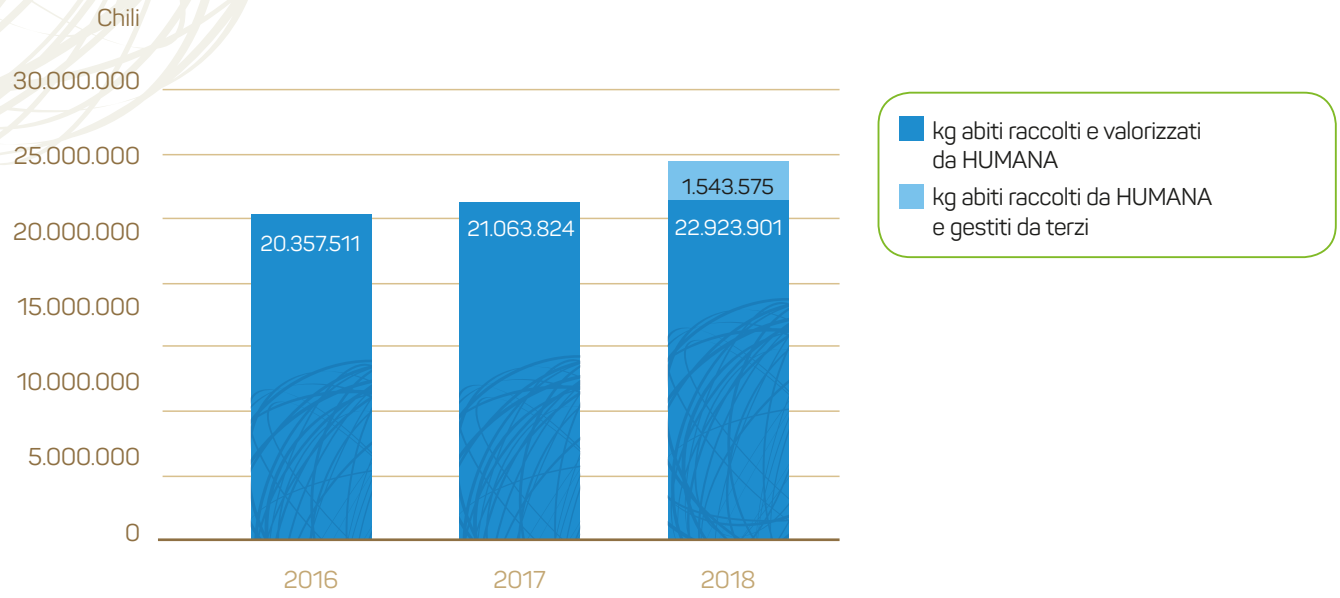


Nel 2018 sono stati raccolti e valorizzati da HUMANA Italia **22.923.901 chili di abiti**[4], circa l'**8,8%** in più rispetto al 2017. A questi, si aggiungono anche **1.543.575 chili** che HUMANA ha raccolto, ma non ha gestito, nell'ambito della propria filiera[5] (si veda Figura 5) **(GRI 102-7)**.

[4] Il dato si riferisce alla raccolta totale di abiti di HUMANA Italia, includendo quanto raccolto nei contenitori HUMANA e grazie a campagne specifiche con aziende, eventi o mediante altre iniziative di sensibilizzazione. Nella rendicontazione del 2016 erano stati considerati solo i chili di abiti conferiti nei contenitori stradali (i chili di abiti ricevuti in occasione di altre specifiche iniziative risultavano poco rilevanti dal punto di vista quantitativo).

[5] Si tratta dei chili di abiti raccolti in collaborazione con AMA, con la quale HUMANA collabora per l'attività di raccolta, ma non per quella di valorizzazione e avvio a recupero dei capi.

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



2.2.3 Oltre il contenitore per la raccolta abiti: le destinazioni dei vestiti



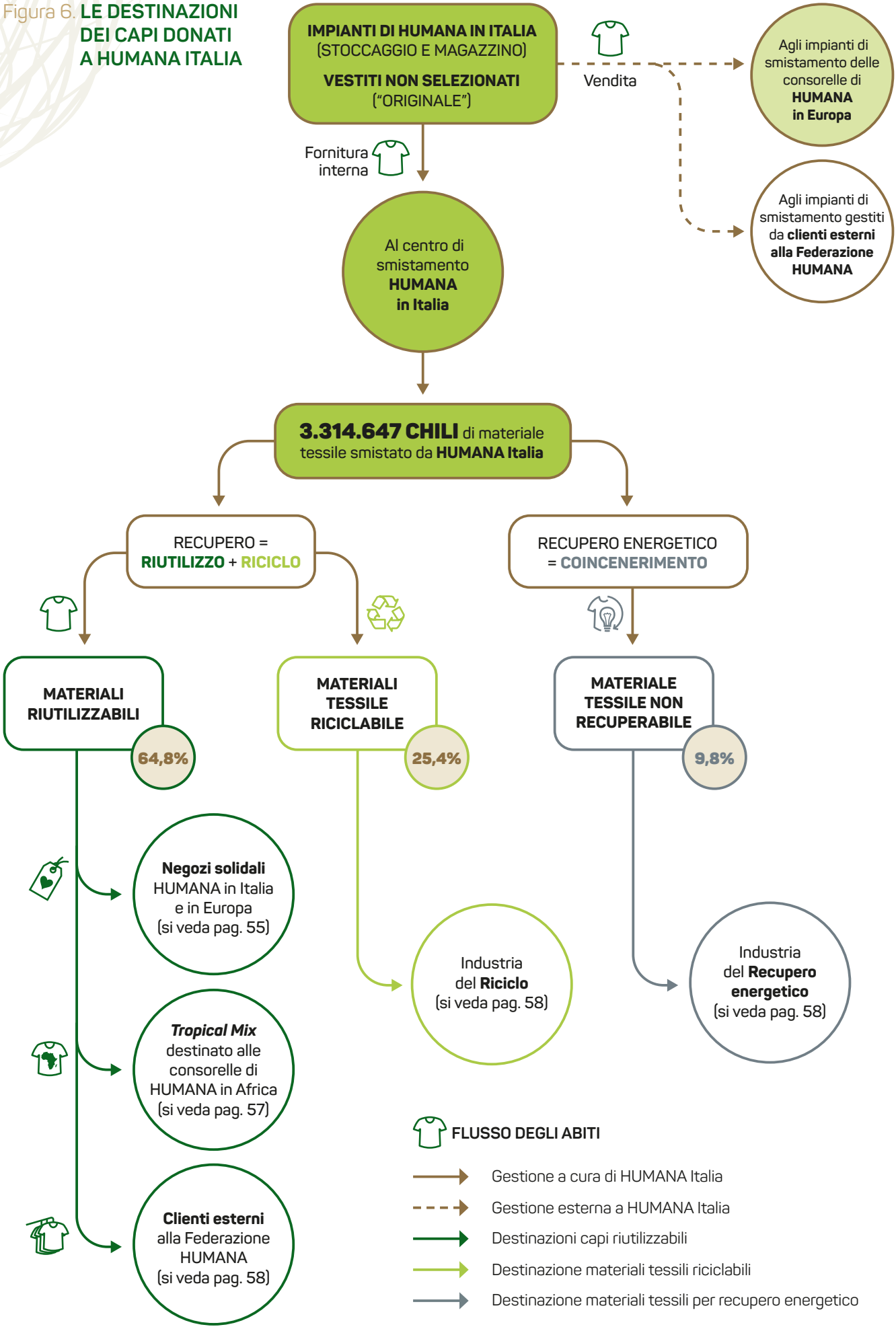
Una volta raccolti dai contenitori e trasferiti nei nostri sei impianti, i vestiti (definiti, in questa fase, "in originale" perché frutto di quanto raccolto direttamente dai nostri contenitori senza alcun processo di selezione) hanno **tre destinazioni principali** (si veda Figura 6), in corrispondenza delle quali i capi saranno selezionati in specifiche categorie merceologiche.

HUMANA Italia è in grado di gestire internamente uno di questi tre anelli, selezionando una parte degli abiti raccolti in Italia nel **proprio centro di smistamento**. La restante parte degli abiti è destinata alle **consorelle di HUMANA in Europa** (appartenenti alla rete internazionale di HUMANA) e a **clienti terzi**, esterni al network di HUMANA.

Del totale venduto nel 2018, il **54,0%** è stato destinato al **circuito di HUMANA in Italia e in Europa**, la restante parte è stata indirizzata a grossisti esterni.

Tutti i nostri clienti sono dotati di impianti autorizzati, nel rispetto della normativa del Paese presso il quale operano. La vendita dell'originale consente di ottenere le risorse economiche necessarie, oltre a coprire i costi di gestione, ad assicurare **stabilità economica** ai nostri progetti di cooperazione internazionale e alle attività in Italia.

Figura 6. **LE DESTINAZIONI DEI CAPI DONATI A HUMANA ITALIA**



LA VENDITA DEI VESTITI ALLE CONSORELLE DI HUMANA IN EUROPA

Nel 2018 sono state tre le **consorelle europee** (One World Clothes Trade **Bulgaria** Ltd., HUMANA People to People **Slovakia** e HUMANA People to People Baltic in **Lituania**) alle quali abbiamo venduto **8.423.778** chili di abiti, in crescita rispetto al 2017 del **14,5%**. Tale quantitativo rappresenta il **38,7%** di quanto venduto come originale dalla nostra organizzazione nel corso del 2018.

Gli oltre 8,4 milioni di chili venduti alle consorelle europee **sono poi, a loro volta, da queste smistati**[6] e destinati a scopi diversi a seconda della tipologia e della qualità di ciascun capo[7].

LA VENDITA DEI VESTITI A CLIENTI ESTERNI AL CIRCUITO HUMANA

Una parte dei capi è venduta a clienti che non fanno parte della Federazione di HUMANA: si tratta del **46,0%** (corrispondente a **10.009.202** chili) del totale venduto da HUMANA Italia nel corso del 2018. Un dato in diminuzione del 5,7% rispetto al 2017.

In fase di selezione, HUMANA Italia richiede ai nuovi potenziali clienti la presenza di tutte le necessarie autorizzazioni con lo scopo di verificare la correttezza normativa delle procedure di trattamento dell'originale, il rispetto dei diritti sul lavoro e dei valori di trasparenza, legalità e tracciabilità. La presentazione di certificazioni sulla qualità dei processi (UNI EN ISO 9001) e sulla tutela ambientale (UNI EN ISO 14001) rappresenta un elemento qualificante.

HUMANA Italia, nel corso del 2018, si è strutturata internamente in modo più efficace con l'obiettivo di **gestire meglio la relazione con i clienti all'ingrosso**. Tale cambiamento ha consentito di migliorare la comunicazione con i clienti (potendo anche ricevere feedback più puntuali e costanti) e di conseguenza migliorare il coordinamento dal punto di vista della logistica. In questa direzione si colloca il **programma annuo di visite** presso gli impianti dei principali clienti, con l'obiettivo di mantenere e monitorare la qualità del lavoro svolto. Nel 2018 abbiamo visitato l'87,5%[8] degli impianti dei nostri clienti esterni all'ingrosso.



LA FORNITURA DEI VESTITI AL CENTRO DI SMISTAMENTO DI HUMANA ITALIA

Nel 2018, il centro di smistamento di HUMANA Italia a Pregnana Milanese ha rafforzato la capacità di selezione dei capi, registrando un incremento del **22,4%** della quota smistata rispetto al 2017. In termini assoluti, il materiale tessile smistato nel 2018 in Italia è stato di **3.314.647 chili**. Tale aumento è stato possibile grazie alla riorganizzazione, avviata nel 2017, del centro di smistamento che ha permesso una maggiore fluidità operativa e una selezione dei capi più efficiente. Un contributo rilevante è derivato anche dall'investimento fatto (soprattutto nel 2018) in termini di inserimento e formazione di nuove risorse: il reparto è cresciuto del **32,4%**, rendendo possibile l'aumento della quantità di indumenti, scarpe e accessori smistati.

Il trattamento dei capi da parte delle nostre smistatrici avviene in due fasi: la verifica visiva, volta a rimuovere materiali estranei, e la suddivisione degli indumenti in categorie merceologiche basate sulla tipologia, qualità e stagionalità dei capi. Tutto il materiale ottenuto, in base alla nostra autorizzazione, viene infine sottoposto a igienizzazione al fine di rispettare i limiti di legge in termini di carica batterica.

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

La maggior parte è avviata a **recupero** (**90,2%** nel 2018), ossia è **riutilizzata** come capi di abbigliamento (**64,8%**) oppure è destinata a **riciclo** (**25,4%**) per il recupero delle fibre destinate alla creazione di nuovi prodotti. Nella categoria del riciclo si includono anche eventuali materiali non tessili (pari all'1,3% della quota totale di riciclo indicata sopra), tra i quali carta e plastica (ad esempio i sacchetti usati per donare gli indumenti) che le smistatrici separano dall'abbigliamento.

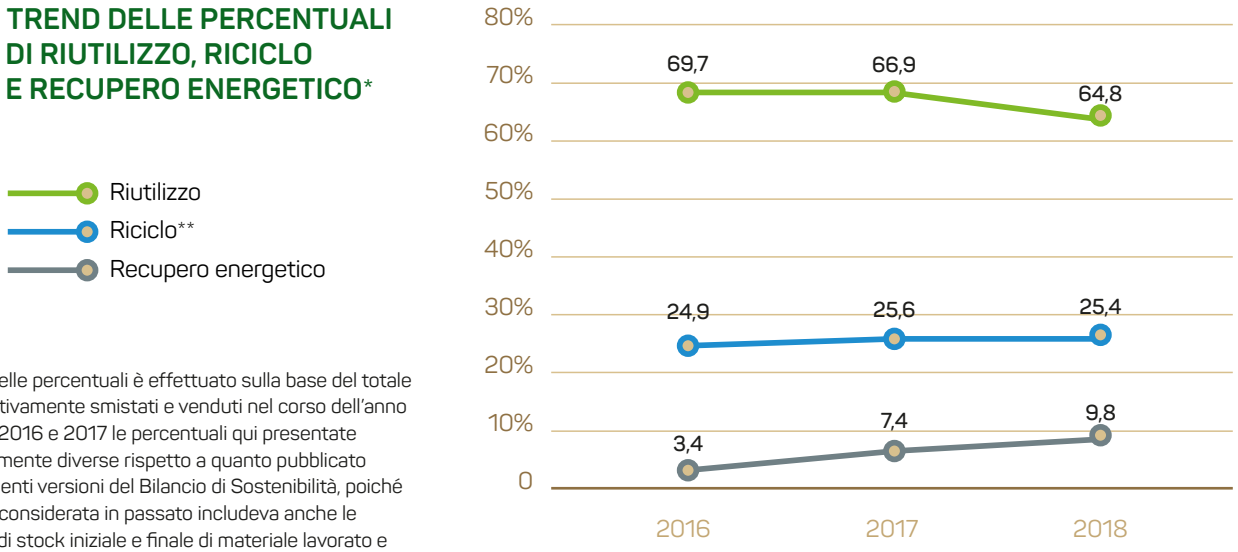
[6] Una quota di abiti derivante dalla raccolta abiti in Italia e smistati dalle consorelle europee contribuisce a incrementare le donazioni di *tropical mix* di HUMANA Italia nei confronti delle consorelle in Africa.

[7] Da questo punto di vista, il processo di lavorazione delle consorelle di HUMANA in Europa è molto simile a quello che vedremo per il nostro centro di smistamento.

[8] Si tratta di sette clienti su otto (escludendo le consorelle di HUMANA in Europa).

La restante parte (**9,8%,** in crescita di circa il **2,4% rispetto al 2017**), non riutilizzabile e non riciclabile, è destinata a **recupero energetico**. I dati relativi al triennio 2016-2018 presentati nella Figura 7 evidenziano in modo chiaro questo trend, sottolineando come la **qualità dei capi** costituisca sempre più un **aspetto rilevante**: infatti, la diffusione della **fast fashion**, basata su un modello di produzione lineare e sul ricorso a materiali misto-sintetici e di qualità medio-bassa, **incide gravemente** sulla possibilità di **valorizzare nuovamente i capi** (tramite il riutilizzo o il riciclo), contribuendo a un maggiore impatto negativo sull'ambiente. La nostra filiera risente negativamente di questo trend, potendo solo cercare di recuperare, nel modo più efficace e meno impattante possibile per l'ambiente, il materiale tessile non riutilizzabile (ad esempio perché sporco o rovinato, o ancora, con una percentuale di materiale sintetico o misto tale da non consentirne il riciclo) (si veda pag. 58) **(GRI 306-2)**.

Figura 7. **TREND DELLE PERCENTUALI DI RIUTILIZZO, RICICLO E RECUPERO ENERGETICO***



* Il calcolo delle percentuali è effettuato sulla base del totale di abiti effettivamente smistati e venduti nel corso dell'anno (per gli anni 2016 e 2017 le percentuali qui presentate sono leggermente diverse rispetto a quanto pubblicato nelle precedenti versioni del Bilancio di Sostenibilità, poiché la base dati considerata in passato includeva anche le fluttuazioni di stock iniziale e finale di materiale lavorato e semi-lavorato).

** Nella voce "riciclo" è inclusa anche la quota di materiale non tessile (es. plastica e carta) derivante dal processo di smistamento.



2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero

Dei capi da noi selezionati e **destinati al riutilizzo**, 562.151 chili sono andati ai negozi solidali **in Italia** (il **18,7%**) **e in Europa**, dedicati alla moda vintage (capi degli anni '60-'90) e a quella second hand (capi attuali per donna, uomo e bambino) (GRI 306-2).

Nel 2018 abbiamo aperto un nuovo punto vendita HUMANA Vintage e abbiamo trasformato un nostro negozio Second Hand in Vintage, cambiandone la location (GRI 102-10), portando così a **sette** il numero di negozi della **rete retail** di HUMANA in **Italia**.

Risale, infatti, al mese di settembre l'apertura di **HUMANA Vintage** a **Pavia**, città universitaria con un'alta percentuale di persone potenzialmente interessate, per età e stile di vita, all'usato non solo per motivi economici, ma anche per una maggiore attenzione agli acquisti eco-friendly[9]. A **Roma** invece, a metà 2018, si è deciso di chiudere il negozio HUMANA Second Hand di via Tiburtina per investire invece su un nuovo negozio dedicato al vintage, inaugurato a novembre in Corso Vittorio Emanuele.

Per garantire una gestione più uniforme e coerente tra i diversi negozi di una stessa area geografica o di una stessa città, è stata creata la figura di **Senior Store Manager**, che si occupa di gestire fino a 3 negozi e funge da *trait d'union* tra il referente di un singolo punto vendita e lo Unit Manager dei negozi in Italia. A fronte della scelta di investire in modo sempre più strategico sulla rete dei negozi in Italia, è stata inoltre inserita una risorsa con il ruolo di **Expansion Account**, responsabile della ricerca, avviamento strutturale e coordinamento delle attività di apertura dei nuovi store. Infine, una risorsa è stata assunta al termine dello stage per seguire la comunicazione dedicata ai negozi (GRI 102-10).



Ogni abito è una storia che vuole continuare

Figura 8. **I NOSTRI NEGOZI IN ITALIA**[10]



[9] https://www.lastampa.it/2019/01/08/economia/giovani-e-ambiente-su-contro-gli-sprechi-e-pronti-a-cambiare-abitudini-2ZwcqHwm0FYFiNKFI79MfL/pagina.html

https://st.ilsole24ore.com/art/moda/2016-07-01/sostenibilita-primo-posto-i-giovani-consumatori-132233.shtml?uuid=ADMaKKI

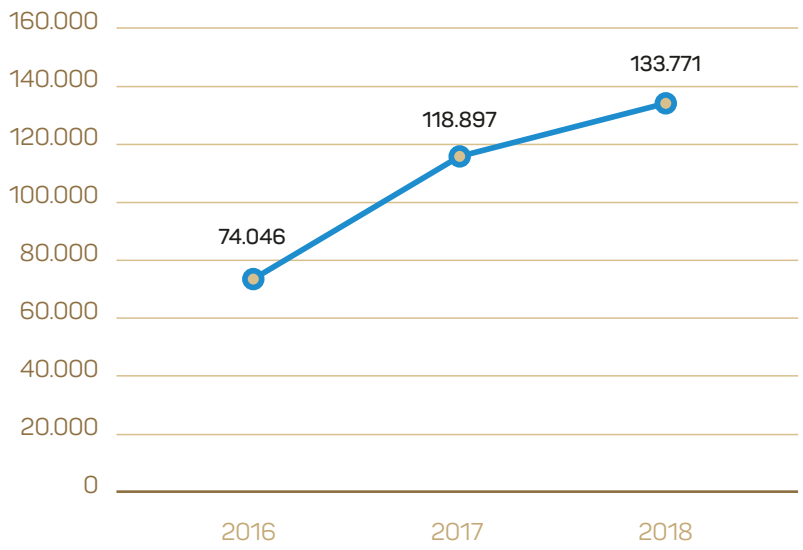
https://www.rapportogiovani.it/ambiente-giovani-italiani-convintamente-green/

[10] La Figura 8 è aggiornata al mese di giugno 2019 e include quindi un nuovo negozio aperto nel 2019 (il secondo HUMANA Vintage di via De Amicis a Milano).

In **Europa**, i negozi solidali di HUMANA nel 2018, sono **479**. Di questi 247 ricevono gli abiti raccolti in Italia e smistati nel nostro centro di Pregnana Milanese o dalle nostre consorelle di Bulgaria, Slovacchia e Lituania. In particolare gli abiti sono venduti in 26 negozi bulgari, 62 lituani, 25 lettoni, 20 estoni, 38 romeni, 12 austriaci, 31 tedeschi, 1 ceco, 5 polacchi, 24 slovacchi, 3 svedesi; a questi si aggiungono inoltre gli 8 italiani.
I vestiti e gli accessori in buone condizioni raccolti dai contenitori con il logo HUMANA vengono quindi rivenduti al dettaglio per essere indossati nuovamente, contribuendo così ad **allungarne il ciclo di vita** e, grazie all'utile della vendita, a **sostenere i nostri progetti sociali nel Sud del mondo**.
Il tema della sostenibilità è inoltre nell'**allestimento stesso dei negozi**, che valorizza materiali e arredi di recupero, per dare loro "nuova vita". Nel 2019 puntiamo a migliorare la comunicazione interna ai negozi, per sensibilizzare ulteriormente e in modo più efficace i clienti sulla mission, sociale e ambientale, di HUMANA.

Il **trend di acquisto** nei nostri negozi solidali, in linea con alcuni dati a livello nazionale[11], si conferma **in crescita**, passando dai **118.897** acquisti del 2017 ai **133.771**[12] del 2018 (**+12,5%**) (si veda Figura 9). Il maggiore incremento è avvenuto nei nostri negozi HUMANA Vintage, frequentatati da chi è più **sensibile al tema ambientale**, al **"fattore prezzo"** (il prezzo medio dei capi Vintage è pari a 10,0 euro e di 5,0 euro quello dei capi Second Hand), o ancora **alla ricerca di capi davvero unici e originali**, lontani da una moda sempre più omologante.

Figura 9. **NUMERO DI ACQUISTI EFFETTUATI NEL 2018 NEI NEGOZI HUMANA IN ITALIA**



[11] Osservatorio 2017, Second Hand Economy – DOXA.

[12] Calcolato sulla base del numero di scontrini emessi nel corso del 2018 in tutti i negozi HUMANA in Italia.

L'ECONOMIA CIRCOLARE DIVENTA UN "MUST"

Secondo uno studio condotto nel 2017 dalla **Ellen MacArthur Foundation**, *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*, l'industria del tessile-moda è un **business che fattura 1,3 trilioni di dollari,** dando lavoro a oltre 300 milioni di persone nel mondo.
L'altra faccia della medaglia è che si tratta della seconda industria più inquinante al mondo dopo quella del petrolio. In un solo anno: sono state usate **oltre 98 milioni di tonnellate di risorse non rinnovabili** o dannose (tra le quali fertilizzanti per le piantagioni di cotone, petrolio per produrre le fibre sintetiche, prodotti chimici per produrre, tingere e rifinire fibre e tessuti); sono stati utilizzati **93 miliardi di metri cubi di acqua**, che aggravano il già serio fenomeno della siccità e **1,2 miliardi di tonnellate di CO2** sono state emesse per la produzione. A ciò si aggiungono gli **effetti sociali**: l'impiego nel tessile nei Paesi più poveri è spesso sinonimo di basse retribuzioni e di condizioni lavorative non accettabili.
Negli ultimi 15 anni i ritmi produttivi di questo settore sono passati **dai 50 miliardi** di pezzi nel 2000 agli oltre **100 miliardi** nel 2015, a fronte di una **media di utilizzo di ogni capo** che è **diminuita del 36%**.
Ne emerge un quadro particolarmente critico, che porta inevitabilmente alla conclusione che il passaggio a un'economia circolare non rappresenta solamente un'affascinante alternativa, ma una vera e propria necessità.

È proseguita nel 2018 la collaborazione tra la Cooperativa Occhio del Riciclone e i nostri negozi, dove sono stati messi in vendita modelli del marchio di **upcycling Belt Bag**, creati appositamente per i negozi HUMANA (collezione di borse ***Horizon***, realizzata con denim e tessuto africano dalle fantasie tipiche).
I negozi costituiscono, infine, **spazi di visibilità ed engagement dei clienti**, rispetto a quelli che sono i valori e la mission di HUMANA: iniziative realizzate durante la Settimana Europea per la Riduzione Rifiuti o il Fashion Revolution Day vedono proprio nei negozi una vetrina per divulgare alcuni messaggi sui temi ambientali e sul rispetto dei diritti umani nelle filiere di produzione dell'abbigliamento. Tale visibilità è poi ampliata e rafforzata dalla presenza di un piano di comunicazione off-line e digitale, dedicato esclusivamente ai negozi.
Per HUMANA, la salute e sicurezza del cliente che sceglie di acquistare nei nostri punti vendita è sempre una priorità, assicurata da precisi processi interni che prevedono la cura e la selezione[13] di tutti i capi provenienti dal nostro centro di smistamento e il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza all'interno dei nostri negozi (GRI 103-1-2-3), (GRI 416-1).
La **catena di fornitura** dei nostri store è interna a HUMANA (Italia ed Europa) (GRI 102-9).

#WHOMADEMYCLOTHES

La **Fashion Revolution Week** è una campagna di sensibilizzazione in memoria delle vittime della strage del **Rana Plaza**, verificatasi il 24 aprile 2013 in Bangladesh, quando un edificio utilizzato da numerose aziende per la produzione di abiti crollò, causando la morte di 1.133 persone e il ferimento di altre 2.500. Si tratta dell'incidente più grave mai verificatosi nella storia della produzione tessile, diventato ormai il **simbolo dei rischi insiti nella crescita incontrollata dei consumi e volta solo a massimizzare i profitti**. L'obiettivo dell'iniziativa, a cui HUMANA aderisce tutti gli anni, è quindi quello di aiutare i consumatori a prendere coscienza del **costo reale della moda**, del suo impatto sulle persone e sull'ambiente.

2.2.5 Destinazione riutilizzo: *tropical mix* per l'Africa

Per perseguire la nostra mission, oltre a sostenere specifici interventi di cooperazione, inviamo in Africa parte degli abiti smistati nel nostro centro di smistamento e riutilizzabili.
Tale selezione, definita ***tropical mix***, include capi e accessori con caratteristiche volte a rispettare le usanze, il clima e i costumi locali. HUMANA Italia, grazie a costanti confronti con le consorelle nel Sud del mondo, invia quantità e tipologie di capi rispondenti alla **domanda delle comunità del posto**.
Nel 2018 HUMANA ONLUS ha spedito in Africa un totale di **1.348.300** chili di vestiti[14] (**+10,5%** rispetto al 2017), destinati rispettivamente alle associazioni consorelle in **Malawi** (868.800 chili), **Mozambico** (432.700 chili) e **Angola** (46.800 chili), pari a un valore economico di 853.773,0 euro.
Giunti nei centri di smistamento in Africa, i vestiti sono selezionati in ulteriori sottocategorie da personale dipendente delle consorelle HUMANA, che li distribuiscono attraverso canali locali (piccoli commercianti o tramite grossisti che li rivendono anche in zone rurali), generando un **circuito virtuoso** sia in termini ambientali sia occupazionali (GRI 306-2).



[13] Anche mediante il processo di igienizzazione (si veda pag. 53).

[14] Tale quota di vestiti include capi selezionati da HUMANA a Pregnana Milanese e capi forniti da HUMANA Italia come "originale" alle consorelle in Europa dell'est, che li smistano e inviano per conto di HUMANA Italia.

2.2.6 Destinazione riutilizzo: la vendita ai clienti esterni al circuito HUMANA

Una quota di vestiti, selezionati nel centro di smistamento in provincia di Milano e riutilizzabili (si tratta di circa **624.613** chili di abiti, pari a circa il **19%** dello smistato), eccede la capacità attuale del nostro circuito interno ed è quindi venduta a grossisti esterni specializzati nella vendita di abbigliamento di seconda mano, in Italia e nel mondo (GRI 306-2).

2.2.7 Destinazione riciclo: la vendita ai clienti esterni al circuito HUMANA

A seguito della selezione dei capi effettuata nel nostro centro di smistamento (si veda pag. 53), la quota di materiali usurati e non più riutilizzabili, ma dei quali è possibile recuperare le fibre, viene destinata all'**industria del riciclo**. Nel 2018, i chili di cosiddetto "riciclo" sono stati **588.880**, destinati da HUMANA ad aziende specializzate nella produzione di pezzami a uso industriale, o in processi di riciclo degli scarti tessili che consentono il recupero delle fibre (con lavorazioni diverse a seconda della tipologia di fibra, dalla cardatura della lana allo sfilacciamento per il cotone ecc.).
Al riciclo tessile si aggiunge una quota di **materiale riciclabile non tessile** (ad esempio carta o plastica) recuperato dalle smistatrici durante l'attività di selezione (**27.160** chili[15]) (GRI 306-2).

2.2.8 Materiale non riutilizzabile e non riciclabile: una fonte di energia alternativa ai combustibili fossili

La quota di materiale tessile di bassa qualità, non riutilizzabile e non riciclabile (ad esempio perché sporco, molto rovinato, o ad alta percentuale di acrilico difficile da riciclare) viene destinato a **recupero energetico**. In particolare, il fornitore a cui affidiamo questa quota di smistato, certificato UNI EN ISO 9001 e 14001, OHSAS 18001, EMAS e SA8000, utilizza la pratica del cosiddetto "**coincenerimento**" che, a differenza dell'invio in discarica o dell'incenerimento tradizionale, permette di trasformare i materiali tessili e gli accessori non recuperabili in una **fonte di energia alternativa ai combustibili fossili** (carbone, petrolio e gas) **usata in cementifici e centrali elettriche** (si tratta dei cosiddetti combustibili solidi secondari -CSS-).
HUMANA sceglie questo processo perché rappresenta la **migliore alternativa possibile laddove riutilizzo e riciclo non risultino fattibili**: il coincenerimento, infatti, riduce la dipendenza da combustibili fossili, elimina le emissioni delle discariche e non genera scorie (GRI 306-2). **Il materiale tessile destinato da HUMANA a recupero energetico** nel 2018 è cresciuto del 2,4% (attestandosi al 9,8% del totale smistato); dato questo che sollecita una seria riflessione sull'impatto dell'acquisto di capi di bassa qualità.

[15] Si riferisce ai chili di carta e plastica conferiti a fornitori del riciclo.

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

Figura 10. **GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA FILIERA DI HUMANA**



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

Il nostro modo di promuovere l'economia circolare si basa sulla valorizzazione dei vestiti usati prevalentemente mediante il riutilizzo e il riciclo dei capi. Questi sono rimessi in circolo attraverso i nostri **negozi solidali** e l'**invio in Africa**. Il recupero dei vestiti usati genera importanti **benefici dal punto di vista ambientale** (si veda Figura 3, a pag. 95), evitando l'emissione di CO2, lo spreco di litri di acqua e l'utilizzo di pesticidi e di fertilizzanti per la produzione di abbigliamento nuovo.

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

Oltre **l'85%** dei fondi **utilizzati sui progetti di cooperazione internazionale** nel 2018 proviene dalla valorizzazione dei vestiti usati (possibile grazie ai capi **spediti in Africa** e alla vendita, al dettaglio e all'ingrosso, dei vestiti).

In **Italia**, grazie alle collaborazioni in essere con enti locali e gestori, possiamo contribuire a dare vita a iniziative con **ricadute positive sul territorio**, realizzando azioni specifiche (di carattere sociale e ambientale) aggiuntive rispetto alla tradizionale attività di raccolta e recupero degli indumenti (GRI 103-1). Tali iniziative, possibili proprio grazie alla raccolta dei capi usati, sono adattate per **target** e **tipologia**. Nel 2018 le principali sono state le

attività di Educazione alla Cittadinanza Mondiale nelle scuole in diversi comuni nostri partner, **l'erogazione di borse di studio** per studenti meritevoli, la **piantumazione** di nuovi alberi, o ancora la distribuzione di **voucher lavorativi** per persone in stato di bisogno. Il contributo erogato nel 2018 da HUMANA per sostenere iniziative di impatto locale (sui territori presso i quali gestiamo il servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti) è stato pari a oltre 329.000 euro **(GRI 203-2)**. In alcuni casi, i risultati e gli impatti di queste iniziative sono stati presentati pubblicamente, in conferenze stampa e incontri con i cittadini e gli stakeholder del territorio, raccogliendo le loro esperienze e percezioni **(GRI 413-1)**.
Qualora un ente locale o un gestore manifesti la volontà di integrare attività aggiuntive alla convenzione relativa al servizio di raccolta abiti, si segue una **procedura interna** che consente ai Referenti Relazioni



Esterne o ai Key Account di proporre agli Unit Manager, o al Direttore della Raccolta Abiti in Italia, l'integrazione discussa con il partner. Una volta ottenuta l'approvazione interna, le iniziative sono poste in essere, arricchendo così la collaborazione con enti e territori e rendendo ancora più concreta la mission di HUMANA Italia sul piano locale. Tale aspetto è costantemente monitorato e rimodulato a seconda dei feedback ottenuti. Il ricorso al gestionale della raccolta vestiti (CRM Dynamics di Microsoft) permette inoltre di migliorare la tracciabilità di ciascun passaggio della relazione con i partner, annotando così la "storia" di ogni specifica collaborazione **(GRI 103-2-3)**.

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

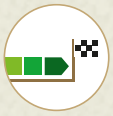
HUMANA Italia offre **gratuitamente** il proprio servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati in collaborazione con comuni, consorzi e utilities.
Le Pubbliche Amministrazioni, e quindi i cittadini, beneficiano di un **risparmio economico legato al mancato conferimento in discarica** dei capi raccolti. Nel 2018, grazie alle convenzioni in essere, il servizio di HUMANA ha fatto risparmiare complessivamente **oltre 4,4 milioni** di euro[16] **(GRI 203-1)**.

CREAZIONE DI NUOVI POSTI DI LAVORO

La nostra filiera consente di creare nuovi posti di lavoro. In Italia, l'**87%** del personale di HUMANA è impiegato proprio nella raccolta, smistamento e gestione dei vestiti.
Nel 2018 il costo complessivo dei salari e stipendi dei collaboratori di HUMANA Italia (per HUMANA SCARL e HUMANA ONLUS) corrisponde a **6.510.723,0** euro.
Grazie agli oltre 1,3 milioni di capi spediti come *tropical mix* alle consorelle in Malawi, Mozambico e Angola, HUMANA ha inoltre potuto generare posti di lavoro per la gestione in loco dei vestiti (si pensi agli impianti di smistamento, o ancora ai negozi e alle attività di piccoli commercianti del posto). Indirettamente, la gestione degli abiti raccolti in Italia contribuisce a creare posti di lavoro anche in Europa, in particolare presso i centri di smistamento e i negozi.

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

Tabella 1. **LA FILIERA DI HUMANA: I NOSTRI OBIETTIVI**

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Prevedere nuove azioni di verifica della filiera di HUMANA Italia, da implementare con Bureau Veritas.		Formulati formati di verifica ESET per fornitori e clienti chiave.	Estendere le verifiche (ESET) in particolare dei fornitori e clienti all'ingrosso più strategici per ottenere maggiore controllo della filiera.
Rinnovare e rafforzare le collaborazioni in essere relative al servizio di raccolta e avvio a recupero degli abiti e sviluppare nuove collaborazioni, anche grazie a un miglioramento costante del servizio.		Prorogati (18%) e rinnovati (79%) i contratti in scadenza. Solo il 3% non è stato confermato per mancanza di nostra opportunità o per affidamento da parte degli enti ad altri operatori. L'attività ha portato a un incremento del numero di contenitori posizionati.	Rinnovare e rafforzare le collaborazioni in essere, garantendo un miglioramento costante del servizio. Sviluppare nuove collaborazioni per il servizio di raccolta vestiti e avvio a recupero, posizionando circa 300 nuovi contenitori nel corso dell'anno.
Partecipare attivamente al dibattito settoriale per promuovere i principi della trasparenza e della legalità e far valere lo scopo solidale della filiera degli indumenti usati.		Grazie agli eventi promossi e co-organizzati con Utilitalia negli anni scorsi (in particolare convegno a Ecomondo 2017), sono stati attivati nuovi momenti di confronto tra stakeholder del settore sul tema della gestione delle filiere degli indumenti. Particolare rilievo hanno avuto tre tavoli di lavoro su: responsabilità della filiera, capacità tecnica dell'operatore e mandato solidale del cittadino. I tre tavoli hanno contribuito a individuare principi di prevenzione degli illeciti nelle filiere degli abiti usati.	Promuovere un dibattito all'insegna della solidarietà, trasparenza e della legalità per le filiere degli abiti usati.
Migliorare la qualità del servizio di raccolta abiti da noi gestito, a vantaggio non solo dei donatori e delle stazioni appaltanti, ma anche a favore dei nostri clienti.		Sviluppato il cosiddetto "Progetto Qualità", per migliorare la qualità del materiale raccolto e rispondere più adeguatamente alle esigenze dei nostri clienti all'ingrosso (codificate tutte le fasi, dallo svuotamento dei contenitori fino alla consegna nei nostri impianti degli abiti, che ha permesso di individuare e correggere errori).	Mantenere il "Progetto Qualità" attraverso una formazione dedicata degli autisti e una successiva verifica statistica.
È stato impostato il lavoro di revisione di entrambe le certificazioni (UNI EN ISO 9001 e UNI EN ISO 14001) per poter effettuare il passaggio alla versione 2015 di entrambe.		Ottenuta la versione 2015 di entrambe le certificazioni (UNI EN ISO 9001 e UNI EN ISO 14001).	Mantenere le certificazioni presenti e ottenere la certificazione UNI EN ISO 45001 per la sede di Pregnana Milanese.
Aumentare la quantità di abiti smistati (a favore di un maggiore riutilizzo dei capi), raggiungendo le 3.000 tonnellate nel corso del 2018. L'obiettivo si pone in coerenza con il percorso intrapreso negli ultimi anni: l'intento è quello di rendere più efficiente e velocizzare la selezione dei vestiti anche grazie a un crescente grado di competenza raggiunto dal personale dello smistamento e alle nuove risorse assunte nel 2017.		Incrementata la quantità smistata del 22,4% rispetto al 2017, anche grazie a una migliore movimentazione dei vestiti nel centro di smistamento. Rispetto a quanto previsto nel budget, il risultato è stato raggiunto al 97%.	–

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Impegno costante del reparto Smistamento per rispondere meglio alle esigenze dei clienti, con l'obiettivo ultimo di massimizzare il riutilizzo e il riciclo dei capi in Europa e in Africa.		Avviati processi interni per migliorare la qualità dello smistato attraverso confronti con i clienti, per recepirne le esigenze e massimizzare il riutilizzo e il riciclo.	Costante aggiustamento del processo di smistamento, a seguito di un maggiore confronto con i clienti all'ingrosso, per meglio fronteggiare i cambiamenti del mercato.
Incrementare di circa il 4-5% (rispetto al 2017) la capacità di HUMANA in termini di gestione e valorizzazione dei capi smistati all'interno della propria filiera (in Italia e in Europa).		Aumentata del 16,6% la quantità di capi smistati e gestiti all'interno della filiera HUMANA in Italia e in Europa. Si tratta del 54,0% dei capi venduti.	Rafforzare la collaborazione all'interno del network di HUMANA in Europa in termini di gestione dei vestiti, al fine di ottimizzare quanto più possibile gli utili da destinare ai progetti sociali e ambientali.
Rispondere in modo adeguato alle richieste delle nostre consorelle africane in termini di quantità di chili di indumenti spediti.		Destinati 1.348.300 chili (+10% circa rispetto al 2017) di vestiti alle associazioni HUMANA in Africa.	Mantenere la quantità del 2018 di capi donati alle consorelle in Africa.
Curare la relazione con i nostri clienti, fornendo loro informazioni più precise su HUMANA e la sua mission: per questo, a inizio 2018, è previsto l'avvio della radio aziendale in tutti i negozi.		Attivata la radio aziendale in tutti i negozi. Negli ultimi due negozi inaugurati (a Pavia e Roma), alla radio si è aggiunto un sistema video che permette di condividere ulteriori informazioni promozionali e istituzionali con i clienti.	–
Aumentare il numero di acquisti effettuati nei nostri negozi solidali in Italia.		Incrementato il numero di acquisti del +12,5%.	Incrementare gli incassi, a favore dei progetti di sviluppo, vendendo un maggior numero di capi e/o accessori per ciascun cliente.
			Aprire 4 nuovi negozi Vintage per incrementare il contributo economico per i progetti.


Obiettivo raggiunto


Obiettivo parzialmente raggiunto


Obiettivo non raggiunto



CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ IN ITALIA

3

3.1 IN RETE PER FARE SOSTENIBILITÀ

Anche in Italia, HUMANA è impegnata a **promuovere la cultura della sostenibilità** insieme a una **rete di partner**, il cui elemento comune è la volontà di mettere in campo progetti incentrati sulla solidarietà, sulla tutela dell'ambiente e sulla promozione di buone pratiche di economia circolare, con particolare attenzione al tema del riutilizzo.

> **L'unione fa la forza: non uno slogan, ma un vero e proprio modus operandi**

Le collaborazioni che si innescano sono diverse, anche a seconda degli stakeholder coinvolti (aziende, istituzioni, scuole, associazioni del territorio ecc). Molte delle iniziative uniscono **sensibilizzazione** e **raccolta fondi**. Quest'ultima è fondamentale per un'organizzazione non profit come la nostra, che si basa sulla valorizzazione dei capi donati dai cittadini e sulle donazioni, in kind o in denaro, da parte dei nostri partner o donatori (singoli o piccoli gruppi).

Le sinergie attivate rendono i nostri partner dei veri e propri **ambasciatori della mission** di HUMANA. In coerenza con il **17° Goal** delle Nazioni Unite, **l'avvio e il rafforzamento di partnership** costituisce uno strumento concreto ed efficace per raggiungere gli obiettivi di promozione della solidarietà e della sostenibilità. L'individuazione e selezione dei partner segue un approccio *tailor-made*, che analizza, di volta in volta, le opportunità di collaborazione nel rispetto dei valori e delle finalità di HUMANA. La gestione delle attività inerenti la raccolta fondi (da individui, aziende o fondazioni e istituzioni) è monitorata costantemente e approfondita con un'analisi trimestrale, sulla base di un cruscotto di indicatori individuati preliminarmente. Nel **2019**, si punta ad avviare un *think-tank*, ossia un organismo di lavoro a livello europeo nell'ambito della Federazione Internazionale, con l'obiettivo di mettere a fattor comune buone pratiche e criticità, soprattutto in relazione a specifiche categorie di partner (ad esempio, le aziende) (GRI 103-1-2-3).

Tra le iniziative di **engagement**, ricoprono grande importanza quelle collegate all'**attivazione di volontari** in Italia e nel Sud del mondo. Novità del 2018 in questo ambito sono l'avvio del progetto ***3C Coltiviamo il Clima e la Comunità***, l'orto di comunità in provincia di Milano, e il viaggio-test per **estendere il programma di Vacanze Solidali** anche in Malawi, in aggiunta alla storica meta mozambicana. L'insieme di queste attività è affidato a un ufficio, composto da persone con ruoli diversi, a seconda degli specifici stakeholder coinvolti (si veda Figura 3, a pag. 25).

La Tabella 1 mostra le principali categorie di donatori che, nel 2018, hanno sostenuto la nostra mission con contributi economici (G4-NGO8 - NGO Sector Disclosures).

Dalla Tabella 1 è possibile constatare un incremento importante delle donazioni da parte di fondazioni e istituzioni (**+113,4%**) e dalle aziende (**+14,9%**) rispetto al 2017. Il significativo **consolidamento e sviluppo delle collaborazioni con alcuni partner istituzionali** ha consentito di sostenere, o avviare, programmi di sviluppo in **India**, **Malawi** e, per la prima volta, in **Brasile** (si veda box "Progetto Bambà: la forza delle donne Quilombola").

Nella voce dedicata alle aziende sono inclusi sia i contributi per la realizzazione di progetti di cooperazione internazionale e di attività in Italia, sia quelli per la realizzazione di campagne di raccolta fondi ed eventi.

Nel 2018, i **cinque principali donatori** (aziende e istituzioni) sono stati: Teddy SpA, Fondo di Beneficienza Intesa San Paolo, Tavola Valdese, Fondazione San Zeno e Swiss Foundation for Solidarity in Tourism (G4 NGO 8).

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

CATEGORIE DONATORI	2016	%	2017	%	2018	%	VARIAZIONE % (2017-2018)
Individui*	108.725,0	51,6%	122.890,0	39,5%	85.373,3	21,9%	-30,5%
Istituzioni e fondazioni	67.420,0	32,0%	90.182,0	29,0%	192.419,0	49,3%	113,4%
Aziende	34.369,0	16,3%	97.619,0	31,4%	112.129,1	28,7%	14,9%
Altre donazioni	0,0	0,0%	369,0	0,1%	387,0	0,1%	4,9%
Totale	**210.514,0**	**100,0%**	**311.060,0**	**100,0%**	**390.308,4**	**100,0%**	**25,5%**

* La quota individui include il 5x1000

3.2 CON LE FONDAZIONI E LE ISTITUZIONI

In questa categoria di stakeholder, nel 2018 registriamo delle riconferme importanti quali, ad esempio, **Tavola Valdese**, nostro partner per il 6° anno consecutivo, la **Fondazione Nando ed Elsa Peretti**, o ancora, la **Fondazione San Zeno**. Vi sono però anche enti che ci supportano direttamente per la prima volta: tra questi, il **Fondo di Beneficienza Intesa San Paolo** e la **Swiss Foundation for Solidarity in Tourism.**

Grazie a questi partner, è possibile sostenere programmi di sviluppo in **settori e Paesi diversi** (India, Brasile, Namibia e Malawi) (si veda pag. 85). Alcuni di questi progetti hanno ottenuto il finanziamento nel 2018, ma saranno implementati nel corso del 2019: ad esempio, il progetto sostenuto dal Fondo di Beneficienza Intesa San Paolo (si veda box "Progetto Bambà: la forza delle donne Quilombola") e quello per la promozione del turismo sostenibile in Malawi, sostenuto dalla Swiss Foundation for Solidarity in Tourism (si veda box "Al via un nuovo percorso di formazione turistico-alberghiera in Malawi", a pag. 69).

PROGETTO BAMBÀ: LA FORZA DELLE DONNE QUILOMBOLA

Da gennaio 2019, ha preso avvio in **Brasile**, nello Stato di Bahia, un nuovo progetto rivolto a **50 donne Quilombola**, discendenti degli schiavi africani e fra i gruppi più emarginati del Paese. Qui, il 75% della popolazione vive in povertà, ma sono soprattutto le donne a lottare ogni giorno contro la scarsità di cibo e la mancanza di informazioni per poter avviare piccole attività generatrici di reddito. In questo quadro, il programma di HUMANA, concepito **sul modello dei *Farmers' Clubs*** (già attivi in Brasile, a beneficio di circa 12.000 famiglie, grazie a un finanziamento dell'Unione Europea e della Fondazione Carrefour) si basa su **due pilastri**: **lo sviluppo rurale sostenibile** per garantire la sicurezza alimentare delle famiglie e **l'organizzazione comunitaria delle donne**, con lo scopo di creare piccole imprese economiche solidali, collegate al mercato locale. Il nome del progetto sottolinea proprio questi valori: il termine brasiliano "**Bambà**" indica infatti il sedimento dell'olio di palma, frutto tra i più noti e diffusi nel Paese dell'America Latina e simbolo stesso della resistenza della pianta e di questa comunità emarginata e resiliente. I risultati legati all'implementazione dell'intervento, possibile grazie al **Fondo di Beneficienza Intesa San Paolo**, saranno presentati nel prossimo Bilancio di Sostenibilità.

3.3 CON LE AZIENDE PARTNER

Tra i principali stakeholder esterni, un ruolo importante nell'attività di promozione della CSR e nell'innesco di buone pratiche di circolarità è ricoperto dalle **aziende** che, a seconda del proprio business, si sono attivate insieme a HUMANA in progetti comuni.

CAMPAGNE DI RECUPERO DELL'ABBIGLIAMENTO USATO

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

Grazie a queste iniziative, i punti vendita delle aziende di moda partner ospitano contenitori temporanei per la raccolta degli abiti usati, all'interno dei quali i clienti possono donare i capi che non indossano più, ricevendo in cambio buoni sconto per l'acquisto di nuovi prodotti. Campagne di questo tipo consentono un importante **ritorno d'immagine per l'azienda** e garantiscono la **valorizzazione dei capi usati** donati a HUMANA, grazie alla trasformazione dei vestiti in risorse economiche per i progetti.

Tra le iniziative realizzate, una delle più importanti del 2018 è stata ***Terranova supports Zambia***, che ha permesso di raccogliere **120.000 chili di abiti usati** a sostegno del progetto di aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario gestito da HUMANA nel distretto di Mumena, in **Zambia**. L'azienda **Teddy S.p.A** (proprietaria del marchio Terranova), nostro partner per il 3° anno consecutivo, riconoscendo una donazione, e i suoi clienti, donando gli abiti, hanno così contribuito a costruire 8 pozzi in prossimità delle scuole, avviare orti di comunità, riparare 5 parchi giochi e 3 asili e fornire attrezzature sportive e scolastiche nei villaggi della zona.



Complessivamente, grazie alle collaborazioni attivate con le aziende del settore fashion (oltre a Teddy S.p.A, anche KIABI e Z) sono stati **raccolti 151.300 chili di indumenti**.

DONAZIONI IN-KIND

È possibile sostenere la mission di HUMANA anche **donando prodotti e servizi** oggetto del proprio business aziendale, contribuendo così a ridurre gli acquisti e a contenere i costi sostenuti da HUMANA. Attraverso una donazione in-kind, inoltre, le aziende evitano le spese di stoccaggio e di gestione delle merci a magazzino e possono godere della **deducibilità fiscale** proporzionale al valore della donazione effettuata. Per le imprese del **settore Tessile-Abbigliamento-Moda** vi è l'opportunità di destinare i propri **stock aziendali** a HUMANA, che può valorizzarli all'interno della propria filiera. Tra le partnership di questo tipo rientra, anche nel 2018, il progetto ***Una mano con i piedi*** realizzato insieme ad **Assocalzaturifici**, l'associazione nazionale delle imprese

che operano nel settore calzaturiero. La rinnovata sinergia ha permesso di recuperare dalle imprese produttrici **30 mila chili di scarpe** che ogni anno restavano invendute a fine stagione. Questa iniziativa consente di riutilizzare migliaia di calzature e, allo stesso tempo, di destinare fondi per le **scuole primarie di HUMANA a Chilangoma, in Malawi**.

Donazioni in-kind arrivano anche da **Armadio Verde**, la start up italiana nata nel 2011 con l'obiettivo di ridurre i consumi e l'impatto sull'ambiente, tramite la piattaforma online (www.armadioverde.it) per lo scambio di capi di abbigliamento tra privati. Gli abiti che non è stato possibile scambiare sul sito, pari a **19.200 chili** nel 2018, sono stati donati a HUMANA a favore del **centro di accoglienza *La Città dei Bambini*** di Maputo, in **Mozambico**.



COLLABORAZIONI CON LA GDO

Con la **Grande Distribuzione Organizzata** (**GDO**), da sempre, attiviamo partnership di CSR personalizzate. Il posizionamento di contenitori per la raccolta di abiti usati di HUMANA presso i punti



vendita (previo accordo con i comuni convenzionati con HUMANA), è uno degli esempi più concreti di come queste collaborazioni possano portare vantaggi alle aziende, oltre che ai beneficiari dei nostri progetti. L'azienda, infatti, può offrire un servizio aggiuntivo alla propria clientela e, nello stesso tempo, sensibilizzarla sui temi della sostenibilità. In alcuni casi, iniziative come questa possono evolvere dando vita a progetti più strutturati dedicati all'engagement dei collaboratori, o al miglioramento del clima aziendale. Tra le principali insegne della GDO con le quali abbiamo lavorato nel 2018 vi sono: **Auchan Retail Italia**, **UNES**, **Il Gigante** e **Carrefour**, che hanno raccolto **1.147.356 chili di indumenti**.

SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE 2018: CIRCOLARITÀ E TRASPARENZA NEL SETTORE MODA

L'industria tessile è al centro degli interessi dell'opinione pubblica per il proprio impatto ambientale, in termini di consumo di risorse naturali e di impiego di sostanze chimiche. In questo contesto, il dibattito dal titolo ***Fashion industry tra circolarità e trasparenza***, promosso nella giornata di apertura del **Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale 2018** da **HUMANA**, con la società di engineering ambientale **Ambiente Spa**, ha messo a sistema le esperienze di alcune realtà che si stanno muovendo con un **approccio attento alla sostenibilità**: dalle imprese che hanno ridefinito i propri modelli di produzione, a quelle che si sono concentrate sulle attività post consumo.



Moderati da Aurora Magni, giornalista e presidente di **Blumine Srl** e docente alla LIUC Università Cattaneo, sono intervenute, oltre a **HUMANA** e **Ambiente Spa**, **Armadio Verde**, **Trenord, Alsco** e **Radici Group**. Il workshop di HUMANA ha focalizzato l'attenzione sulla gestione del fine vita dei prodotti tessili e sulle strategie di responsabilità sociale per ridurre l'impatto ambientale e sostenere le comunità locali: temi ancora più centrali alla luce della recente Direttiva Europea sui rifiuti che renderà obbligatoria, dal 2025, la raccolta distinta anche per i vestiti usati, favorendo un incremento dei volumi di abiti recuperati e quindi la creazione di nuovi centri di riciclo, ad oggi poco diffusi nel nostro Paese.

TRENORD FOR MALAWI

Dai treni della Lombardia alle scuole del Malawi: il viaggio delle vecchie divise dei collaboratori di Trenord non termina più negli armadi, ma prosegue verso l'Africa, per scrivere una nuova storia all'insegna della solidarietà.
Nel 2018 l'azienda Trenord, insieme a HUMANA, ha infatti dato il via alla campagna ***Trenord for Malawi***: l'obiettivo è quello di raccogliere e **valorizzare le uniformi dismesse** dei dipendenti della società di trasporto pubblico ferroviario, dando loro una seconda vita. L'operazione ha permesso di raccogliere **21.000 capi**, dai quali sono state ricavate **1.000 divise per gli studenti** di quattro scuole magistrali e di una scuola professione di DAPP Malawi, nostra consorella in loco. Le divise, ri-brandizzate con il logo della campagna dalla Cooperativa Occhio del Riciclone, saranno un'importante risorsa per le ragazze e i ragazzi che si apprestano a entrare nel mondo del lavoro. I capi non utilizzati come uniformi saranno destinati a riutilizzo o riciclo.





3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI

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

I NOSTRI VOLONTARI

Il numero di volontari per il 2018 si conferma stabile (88 persone); di questi, la maggior parte ha un'età compresa **tra i 30 e i 50 anni** (si veda Tabella 2).
Sono **4** le macro attività nell'ambito delle quali è stato possibile attivarsi nel 2018 (si veda Tabella 3).

Figura 1. **NUMERO VOLONTARI AL 31.12.2018**

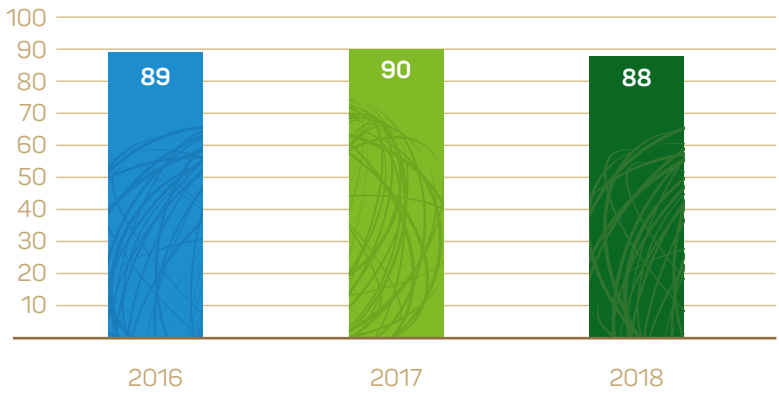


Tabella 2. **VOLONTARI PER GENERE ED ETÀ AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Under 30	**48**	**42**	**11**	-73,8%
Donne	42	34	6	-82,4%
Uomini	6	8	5	-37,5%
Tra i 30 e i 50	**35**	**45**	**67**	**48,9%**
Donne	22	37	36	-2,7%
Uomini	13	8	31	287,5%
Over 50	**6**	**3**	**10**	**233,3%**
Donne	4	3	5	66,7%
Uomini	2	0	5	-
Totale	**89**	**90**	**88**	**-2,2%**

La **maggior parte dei volontari** (48) ha preso parte a giornate di **volontariato d'impresa** presso il centro di smistamento di HUMANA e il laboratorio di Belt Bag (adiacente alla sede di HUMANA Italia): queste attività sono state meglio strutturate nel corso del 2018. Inoltre, il volontariato aziendale è ora associato direttamente alla promozione di raccolte straordinarie di abiti presso le sedi delle aziende partner e al match-giving aziendale a soste-

gno dei nostri progetti di sviluppo. Sono state 4 (KPMG, SAP, Banco BPM, CTS) le aziende che hanno dato la possibilità ai propri collaboratori di smistare gli abiti di HUMANA e di svolgere laboratori di sartoria creativa e di upcycling.
I partecipanti ai quali è stato sottoposto il questionario di valutazione (introdotto nel corso dell'anno)[1] hanno espresso un giudizio medio pari a **4,9 su 5** sull'esperienza fatta, che ha consentito loro di conoscere meglio il funzionamento della filiera di HUMANA e di comprendere l'importanza della valorizzazione dei capi e degli accessori usati.
Per il 2019, lavoreremo con l'obiettivo di veicolare, in modo più efficace e più diretto, le proposte di sostegno ai nostri progetti sociali anche ai dipendenti delle nostre aziende partner.
Ai volontari aziendali si aggiungono anche coloro che hanno scelto di attivarsi in Africa, con il programma di **Vacanze Solidali**.



Tabella 3. **VOLONTARI PER AMBITO DI INTERVENTO AL 31.12.2018**

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Volontari coinvolti in eventi e iniziative specifiche sul territorio	**45**	**44**	**3**	-93,2%
Donne	31	39	2	-94,9%
Uomini	14	5	1	-80,0%
Volontari partecipanti alle Vacanze Solidali	**34**	**38**	**22**	**-42,1%**
Donne	26	28	17	-39,3%
Uomini	8	10	5	-50,0%
Volontari che hanno aderito al volontariato aziendale	**10**	**8**	**48**	**500,0%**
Donne	7	7	21	200,0%
Uomini	3	1	27	2600,0%
Volontari che hanno aderito all'orto di comunità	**-**	**-**	**15**	**-**
Donne	-	-	8	-
Uomini	-	-	7	-
Totale	**89**	**90**	**88**	**-2,2%**

Delle 22 persone indicate nella Tabella 3, sono **18** quelle partite alla volta del **Mozambico** per trascorrere un periodo di due settimane, ospiti del centro *Casa de Hospedes* e seguiti dagli studenti della **scuola professionale di Nacala**. Questi ultimi hanno potuto così svolgere il loro periodo di tirocinio, mettendo in pratica quanto imparato durante il proprio percorso professionale. La quota di partecipazione dei turisti solidali ha consentito di finanziare **25 borse di studio** per studenti meritevoli e in difficoltà economica della stessa scuola.
Il 2018 ha visto la realizzazione di un **progetto pilota** finalizzato a **estendere il programma di turismo responsabile di HUMANA**: dei 22 turisti solidali totali, **4** sono quelli che, a luglio 2018, hanno preso parte a un viaggio in **Malawi** (insieme a un collaboratore di HUMANA Italia), per verificare la possibilità di attivare le Vacanze Solidali in questo

> **Vacanze Solidali: un viaggio per guardare il mondo con occhi nuovi**

[1] Si considerano qui i feedback di 19 dei 48 partecipanti alle giornate di volontariato di impresa 2018. Il gap è legato all'introduzione del questionario nel corso dell'anno.

secondo Paese dell'Africa subsahariana. L'esito del progetto pilota è stato **positivo**, motivo per cui il programma partirà ufficialmente nell'estate 2019.

Infine, nel mese di giugno, è stato inaugurato il **primo orto di comunità di HUMANA Italia** a Cornaredo, in provincia di Milano. Il progetto ***3C Coltiviamo il Clima e la Comunità*** mira a coinvolgere i cittadini (in particolare quelli che vivono in condizione di vulnerabilità socio-economica) e a sensibilizzarli sui temi del **consumo responsabile**, nonché a **favorire uno stile di vita sano**, attraverso l'auto-produzione e il ricorso alla coltivazione biologica.
L'idea dell'orto urbano prende spunto dall'esperienza di HUMANA Spagna, dove l'iniziativa ha riscontrato un gran successo e trova, a sua volta, fondamento nel format usato nell'ambito dei nostri progetti agricoli ***Farmers' Clubs*** (si veda pag. 94).
L'orto (circa 1.900 m2) si trova in prossimità della sede milanese di HUMANA ed è messo a disposizione della comunità locale in modo gratuito. Ciascun volontario (sono **15** a fine 2018) può disporre di un lotto di terra da gestire e coltivare, anche grazie a una **formazione teorica e pratica ad hoc**, di durata biennale, sui temi della preparazione del terreno, delle tecniche di irrigazione e della coltivazione biologica, di nutrizione e fitoterapia. I prodotti dell'orto andranno direttamente ai volontari, per consentire loro un'alimentazione sana e a chilometro zero.
Questo progetto genera **ricadute importanti sul territorio**, in quanto consente di rafforzare la rete locale e, nello stesso tempo, di generare un impatto diretto in termini di sensibilizzazione sulla sostenibilità ambientale. I risultati di coinvolgimento dell'iniziativa sono costantemente monitorati, anche grazie alla presenza di una responsabile del progetto *3C* **(GRI 103-1-2-3)**. Nel **2019** verrà avviato uno studio di impatto (sociale, ambientale ed economico) dell'orto di comunità, i cui risultati saranno presentati e utilizzati come modello per gli altri orti sviluppati dalla Federazione Internazionale di HUMANA (cosiddetto Network 3C) **(GRI 413-1)**.





COME DIVENTARE VOLONTARI

Per ricevere informazioni su come diventare nostro volontario contattaci:

02-93.96.40.09

oppure

volontariato@humanaitalia.org

AL VIA UN NUOVO PERCORSO DI FORMAZIONE TURISTICO-ALBERGHIERA IN MALAWI

Grazie al contributo della **Swiss Foundation for Solidarity in Tourism**, nel 2019 prenderà il via il progetto ***Sustainable tourism supports hospitality training and development***. Il settore del turismo (in particolare quello sostenibile) rappresenta infatti una crescente e concreta opportunità di sviluppo, specie nei Paesi più poveri.
Con questo progetto sarà introdotto un **nuovo corso di formazione turistico-alberghiera a Chilangoma**. Tale percorso, riconosciuto dall'Istituto del turismo del Malawi e della durata di sei mesi, coinvolgerà **20 ragazzi** della zona di Blantyre (seconda città del Paese), dei quali **16 donne**: sono proprio queste, infatti, a essere più esposte a condizioni di povertà estrema, anche a causa dello scarso tasso di alfabetizzazione (il 28%, contro una media nazionale del 55,6%).
Il progetto è collegato all'avvio, previsto per l'estate 2019, delle **Vacanze Solidali** in **Malawi**. I vacanzieri solidali che sceglieranno questa nuova meta saranno quindi accompagnati dagli studenti del corso professionale di Chilangoma, i quali svolgeranno così il proprio periodo di tirocinio (successivo alla formazione teorica della prima parte dell'anno). Analogamente al Mozambico, dove esiste ormai un modello di turismo responsabile virtuoso e consolidato, la quota di iscrizione dei vacanzieri sosterrà il finanziamento di borse di studio per gli studenti meritevoli e in difficoltà.

SALUTE E SICUREZZA DEI NOSTRI VOLONTARI (GRI NGO G4 – LA7)

Per HUMANA Italia, il **tema della salute e della sicurezza** è prioritario, non solo nei riguardi del nostro staff, ma anche nei confronti dei **volontari**. Per questo, HUMANA pone in essere tutte le misure necessarie a tutelarli nello svolgimento della loro attività, identificando i principali rischi e mettendo in atto tutte le azioni possibili per prevenirli (GRI 103-1). Ai volontari che si attivano in Italia e in Africa sono assicurate le adeguate informazioni a riguardo. L'informativa interna è coerente con quanto prescritto dalla normativa nazionale. Le informazioni sono fornite anche a seconda della tipologia di attività effettivamente svolta (GRI 103-2-3).

Coloro che si attivano con il **volontariato nazionale** beneficiano di un'assicurazione dedicata stipulata da HUMANA Italia. Tutti i volontari e i visitatori delle nostre sedi, in particolare del nostro impianto di smistamento e del laboratorio di Belt Bag (dove sono effettuate le attività di volontariato aziendale), ricevono da HUMANA le informazioni in materia di sicurezza e i necessari DPI, ossia i dispositivi di sicurezza individuale, quali ad esempio scarpe antinfortunistiche, guanti e giubbetto catarifrangente.

Per coloro che partono con il programma di **Vacanze Solidali** per il Mozambico e il Malawi (nel 2018 in quest'ultimo Paese è stato avviato un progetto pilota) sono previsti specifici incontri pre-partenza, volti a illustrare eventuali elementi di criticità che potrebbero comportare, durante il soggiorno in Africa, rischi per la salute, nonché a indicare le necessarie precauzioni alle quali è opportuno rifarsi. I gruppi sono accompagnati in loco per tutto il tempo del loro soggiorno da un referente italiano per le Vacanze Solidali ed è prevista una costante attività di supporto dall'Italia. Nella fase preliminare alla partenza, HUMANA Italia consiglia sempre di rivolgersi alle ASL competenti per l'indicazione delle terapie vaccinali da effettuare (GRI 403-3). HUMANA monitora costantemente il sito www.viaggiaresicuri.it per essere in grado di trasmettere ai propri vacanzieri segnalazioni di eventuali criticità ed è in contatto con l'Ambasciata mozambicana in Italia e, viceversa, con quella italiana in Mozambico (GRI 103-2).

Per quanto riguarda gli attivisti del progetto ***3C Coltiviamo il Clima e la Comunità***, anche questi ultimi vengono formati dalla responsabile del progetto sugli aspetti inerenti la tutela della sicurezza all'interno dell'orto e sono dotati di DPI specifici per la coltivazione del lotto assegnato. Oltre a quanto sopra, il progetto prevede l'adesione di ciascun attivista a un regolamento interno e a una procedura di prevenzione infortuni, divulgata a cura della stessa farm instructor.

I NOSTRI DONATORI

All'engagement e al contributo fornito dai partner aziendali e istituzionali e dai volontari, si aggiunge anche il supporto di coloro che sostengono la mission di HUMANA con **donazioni in denaro**.

Le modalità per attivarsi in questo senso sono riconducibili **principalmente a tre opzioni**.

La prima riguarda la possibilità di aderire (individualmente o in piccoli gruppi) al programma di **Sostegno a Distanza**, contribuendo a sostenere i bambini e ragazzi ospiti dei **centri di accoglienza *La Città dei Bambini*** che HUMANA gestisce in Zambia e in Mozambico. Le formule di sostegno sono due: con 300 euro all'anno si assicurano istruzione, cure mediche e cibo a un bambino; con 150 euro all'anno invece si assicura la formazione scolastica a un bambino. Grazie all'esperienza acquisita e all'ormai ben strutturata attività, HUMANA Italia riesce a destinare circa il 90% della donazione ricevuta direttamente ai centri; il restante 10% circa è invece volto alla copertura dei costi operativi del programma.

Una seconda modalità è possibile attraverso la sottoscrizione del **5X1000 a favore di HUMANA Italia** nella **Dichiarazione dei redditi**. Nel 2018, grazie alla sottoscrizione del 5X1000 del 2016, abbiamo ottenuto 19.727,0 euro destinati al finanziamento di un progetto di inclusione scolastica in Mozambico. La campagna di promozione 2018 del 5x1000 **#UnFuturoSuMisura** ha avuto l'obiettivo di coinvolgere un numero crescente di persone (sia i target esterni, sia i donatori di HUMANA, i volontari e i clienti dei negozi Vintage e Second Hand) soprattutto tramite i nostri canali social, un sito dedicato (www.humanaitalia.it/5x1000), l'invio di e-mail e DEM, nonché con l'ausilio di materiali cartacei.

Infine, è possibile attivarsi in occasione di **campagne specifiche** realizzate nel periodo natalizio, o in occasione di emergenze ambientali e sociali, come la campagna straordinaria realizzata a inizio 2019 in seguito alla catastrofe ambientale causata dal ciclone Idai, che ha colpito anche Mozambico e Malawi. Per il 2019 puntiamo a concentrare le attività di raccolta fondi individui soprattutto sulle campagne del 5x1000 e di Natale con azioni mirate e integrate.

3.5 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ

La possibilità di coinvolgere i giovani in progetti di engagement sui temi della solidarietà e della tutela ambientale è, da sempre, un settore di lavoro strategico per HUMANA. Alla base di ciò, vi è l'idea che si possa **partire proprio dai più piccoli per migliorare gli stili di vita**, in modo che siano realmente più sostenibili. Lavorare in sinergia con le scuole ci consente di divulgare i valori della solidarietà e del rispetto di culture diverse dalla propria, contribuendo a sensibilizzare anche su questi temi "gli adulti del domani". L'attivazione di percorsi nelle scuole non si basa su specifiche procedure interne: i progetti, realizzati da HUMANA anche in collaborazione con "partner tecnici", quali ad esempio agenzie di comunicazione ambientale o professionisti della comunicazione, sono "costruiti" per promuovere i valori della nostra organizzazione e, nello stesso tempo, rispondere alle esigenze dei nostri partner sul territorio (sia i comuni sia gli istituti scolastici stessi) **(GRI 103-1-2-3)**.
Sono state due le tipologie di attività svolte in collaborazione con le scuole nel corso del 2018.
In partnership con il **consorzio di Bacino Verona 2 del Quadrilatero**, sono proseguiti gli incontri (43) di **ECM** (**Educazione alla Cittadinanza Mondiale**), che hanno coinvolto circa **850 alunni** delle scuole primarie, secondarie e, per la prima volta, dell'infanzia, in 5 comuni del consorzio. Protagonista e mascotte ufficiale di questi incontri è stato "Capitan Eco", che ha coinvolto i piccoli spettatori in una **performance interattiva e ludica**, incentrata sui **concetti di riduzione degli sprechi e di sostenibilità legati anche agli indumenti usati**. Un percorso formativo, ideato da Achab (agenzia specializzata in comunicazione ambientale) in collaborazione con HUMANA e con il consorzio, che aiuta a sensibilizzare non solo i più piccoli, ma anche le loro famiglie, contribuendo a migliorare l'attenzione alla raccolta differenziata e ai temi del recupero. Alcune delle classi che hanno preso parte al progetto nel 2018 saranno nuovamente sensibilizzate su temi diversi, mentre altre, che non hanno partecipato agli incontri nel 2018, saranno coinvolte per la prima volta nel 2019.
Un format inaugurato da HUMANA per la prima volta nel 2018 è stato quello dal titolo ***From People to People - Storia di un viaggio***, spettacolo a cura del **giornalista e storyteller Luca Pagliari**, frutto della sua esperienza in **Malawi**, dove ha visitato i progetti di HUMANA e ha scoperto cosa ci sia dietro al contenitore per la raccolta indumenti. Gli spettacoli, che hanno raggiunto complessivamente **254 studenti**, sono stati due: il primo a **Forlì,** presso l'istituto "C. Matteucci", e il secondo a **Villafranca di Verona**, presso l'istituto "C. Anti". L'evento, il cui format si sviluppa sul continuo rimando tra narrazione sul palcoscenico, interazione con la platea e proiezione di immagini, punta non solo a sollecitare i ragazzi sui temi della solidarietà, ma anche ad attivarli affinché siano loro **in prima persona** a promuovere e a sviluppare nuovi progetti in campo sociale e ambientale.

Insieme ai bambini, gli adulti del domani

A questi due modelli di intervento più strutturati, si sono aggiunte nel 2018 alcune iniziative specifiche realizzate nelle scuole di alcuni comuni convenzionati con HUMANA per il servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti.
Tra queste, ad esempio, il progetto ***InVestiamo sull'Istruzione***, nell'ambito del quale sono state consegnate **45 borse di studio** agli studenti più meritevoli delle scuole di **Albano Laziale (RM)** e il concorso ***I miei vestiti si trasformano in...*** lanciato a **Rignano Flaminio (RM)**, che ha visto gli studenti delle scuole primarie e secondarie dell'Istituto Comprensivo "Olga Rovere" sfidarsi in una gara di disegno su quello che potrebbe essere il percorso degli abiti usati, dai contenitori di HUMANA ai progetti di istruzione in Mozambico. I disegni più belli saranno selezionati e usati per decorare i contenitori della raccolta abiti di Rignano. All'evento di presentazione dell'iniziativa hanno partecipato anche il Sindaco e, in rappresentanza dell'Ambasciata del Mozambico, Inacio Tomas Muzime, Incaricato d'Affari a.i.
Periodicamente, inoltre, HUMANA collabora nella stesura di varie tesi di laurea, collegate alla valorizzazione dei capi usati, all'upcycling e a temi inerenti la filiera.
HUMANA fa parte dell'advisory board del master di primo livello ***M.U.S.T*** (*Marketing Utilities and Storytelling Techniques*) **dell'Università di Pavia**: nell'ambito di questa collaborazione, alcuni referenti di HUMANA sono intervenuti in aula per presentare la filiera dei vestiti e, in particolare, i nostri negozi solidali (si veda pag. 55).



3.6 CON GLI ENTI E LE ASSOCIAZIONI DEL TERRITORIO

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

HUMANA, infatti, è membro di **Rete ONU**, la Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato, e di **Assorecuperi**[2], l'associazione nazionale delle imprese attive nel settore del recupero rifiuti. Inoltre, fa parte del **network R.I.U.S.O** (Rete Intercomunitaria dell'Umanismo Solidale), che ha contribuito a istituire nel 2017, con l'obiettivo di attivare sinergie operative virtuose tra una serie di organizzazioni non profit e micro imprese locali, nonché di sensibilizzare la società civile e le Pubbliche Amministrazioni sui benefici ambientali, sociali ed economici generati dagli operatori dell'usato e della riparazione.



Nel 2018, con l'intento di comunicare la trasparenza della filiera dei vestiti usati e di **rafforzare l'engagement di alcuni partner strategici** (operatori dell'usato e leader di opinione), è stato promosso un **viaggio di missione in Malawi** per mostrare l'impatto socio-ambientale generato dalla valorizzazione dei capi usati.

I progetti implementati insieme ad attori del territorio, con l'obiettivo di promuovere la cultura del riutilizzo, partono proprio dal presupposto che sia necessario lavorare affinché i beni già immessi sul mercato, di varia natura e ancora in buono stato o funzionanti, siano valorizzati, così da allungarne il ciclo di vita. In questo senso, sono già realtà i prodotti **Belt Bag**, il brand della Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone, che recupera cinture di sicurezza delle automobili e altri materiali tessili per creare borse e accessori made in Italy, acquistabili sia nello showroom di Pregnana M.se, sia online sul sito www.beltbagit.com e ancora in alcuni negozi solidali di HUMANA in Italia.

Sono proseguite poi alcune iniziative volte a favorire soprattutto lo sviluppo locale e/o internazionale, in termini di creazione di nuovi posti di lavoro e di nuove risorse generate. Tra queste ha visto un importante consolidamento la collaborazione tra HUMANA e **Leotron**, mediante i marchi **Mercatopoli** e **Baby Bazar**: i negozi di queste due insegne raccolgono beni usati di varia tipologia (di natura generalista nel primo caso e destinati all'infanzia nel secondo) per poi rivenderli al dettaglio, allungando così il loro ciclo di vita. È quando tali prodotti restano invenduti, che si innesca la sinergia con HUMANA: periodicamente, infatti, l'organizzazione umanitaria recupera l'invenduto affinché sia rimesso in commercio tramite i negozi solidali appartenenti al network HUMANA in Europa orientale. Le attività di ritiro delle merci dai negozi affiliati a Leotron consentono, grazie a una piattaforma online accessibile da entrambe le parti (il negozio da un lato e HUMANA Italia dall'altro), di monitorare l'andamento dell'attività, nonché di raccogliere feedback dai propri interlocutori.

Il progetto si pone come obiettivo quello di generare **risorse economiche** a favore del centro di accoglienza *La Città dei Bambini* (nel caso dei negozi Baby Bazar) e della scuola magistrale (nel caso dei punti vendita Mercatopoli), entrambi gestiti da HUMANA a **Maputo** (**Mozambico**). In totale, nel 2018, sono stati coinvolti **22 negozi** (+10,0% rispetto al 2017) e sono stati quasi raddoppiati i chili di merce invenduta e poi recuperata grazie a questa collaborazione (**41.570 chili raccolti**, contro i 25.587 del 2017). È stato già avviato uno studio di fattibilità con lo scopo, per il **2019**, di rafforzare il progetto implementato con Leotron. Indirettamente, ciò consentirà di dare vita o consolidare relazioni con altri soggetti dei territori dove operiamo, quali, ad esempio, cooperative sociali o privati attivi in ambito sociale.

Un'altra collaborazione, avviata per la prima volta nel 2018, si è

[2] Di Assorecuperi è membro solo la Cooperativa di HUMANA, si veda pag. 26.

concretizzata con il **Municipio VI del comune di Milano**, con lo scopo di intervenire in una zona contraddistinta dalla presenza di importanti sacche di povertà e di disagio socio-economico. In questo caso, è stato possibile combinare scopo sociale e promozione del riutilizzo in un unico progetto: a seguito di un confronto con i referenti del Municipio VI (in particolare con l'Ass.re ai Servizi alla Persona e Coesione Sociale) HUMANA ha consegnato **a soggetti vulnerabili 500 libri** (provenienti dai negozi Mercatopoli e Baby Bazar), inserendoli nei pacchi alimentari distribuiti in occasione delle festività natalizie. Oltre a rappresentare un caso concreto di supporto a favore di fasce più deboli della popolazione, l'iniziativa consente, indirettamente, di sensibilizzare sul tema del riutilizzo di un bene di valore, quale può essere un semplice libro (GRI 103-1).

Azioni di ricaduta locale come questa consentono a HUMANA di rafforzare il proprio radicamento sui territori, generando benefici per stakeholder di volta in volta diversi. Tali progetti sono attivati per rispondere a necessità specifiche, individuate dall'ufficio Innovazione & Sensibilizzazione di HUMANA, a seguito di un costante dialogo e confronto con associazioni territoriali e partner istituzionali (GRI 103-2).

RIcuciTÓ: UN PROGETTO PER RIDARE VALORE A COSE E PERSONE

Nel 2018, HUMANA ha vinto il bando ***AxTO – Azioni per le periferie torinesi*** indetto dalla città di Torino. Il progetto presentato da HUMANA, la cui implementazione è partita a inizio 2019, si chiama ***RIcuciTÓ*** e ha l'obiettivo di dare vita a un **modello innovativo di economia circolare**, in grado di allungare la vita del **denim**, quando non più riutilizzabile in quanto tale, attraverso la realizzazione di un nuovo prodotto. Quest'ultimo sarà poi commercializzato nei due negozi che HUMANA gestisce a Torino e attraverso gli esercizi commerciali che vorranno aderire al progetto. Si tratta di un intervento possibile grazie alla **costruzione di una rete locale** che vede la partecipazione di attori importanti della città: il Politecnico di Torino, la Sartoria Sociale Il Gelso (Cooperativa Patchanka), la Cooperativa sociale Occhio del Riciclone (ODR) e HUMANA.

La realizzazione del progetto si fonda su **tre step operativi**: un **workshop** iniziale, tenuto da HUMANA per gli studenti del corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva del Politecnico di Torino, sulla trasformazione dei materiali, sulle potenzialità dell'upcycling e



sullo sviluppo di concept creativi per la realizzazione del prototipo; una **fase di prototipazione e produzione del nuovo prodotto**, gestita dalla Sartoria Sociale Il Gelso nel laboratorio all'interno della Casa Circondariale Lorusso e Cutugno (dove sono impiegate 3 detenute), con il supporto tecnico di ODR; un terzo e ultimo step che prevede il **lancio** del prodotto e il **test di commercializzazione**.

I nostri partner



1.226 comuni italiani
A&T 2000 S.p.A
Achab Group
ADPP Angola*
ADPP Mozambico*
ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società - Università Cattolica del Sacro Cuore
Armadio Verde
Assocalzaturifici
Associazione Vivibalon (operatori del mercato storico Balon di Torino)
Auchan Retail Italia
Banco BPM
Bridgestone
Carrefour Italia
CEC - Consorzio Ecologico Cuneese
Centro di ricerca Occhio del Riciclone ONLUS
CNP Vita
Consorzio Co.Va.R. 14
Consorzio di Bacino Basso Novarese
Consorzio di Bacino Verona Due del Quadrilatero
Consorzio Obbligatorio di Bacino Unico del V.C.O.
Criteo
CSR Manager Network Italia
CST consulting
DAPP Malawi*
DAPP Namibia*
DAPP Zambia*
DAPP Zimbabwe*
DHL Express
Diners
Eco.lan S.p.A
Ecoambiente Srl
Ecoelpidiense Srl
ESDW
Esprinet
EURVEN
FLEX
Fondazione KIABI
Fondazione Nando ed Elsa Peretti
Fondazione San Zeno
Fondo Beneficienza Intesa San Paolo
Gallerie Commerciali Italia
Giunko srl
Gruppo Nico
Gruppo HERA S.p.A
Gruppo IREN S.p.A
Gruppo Paterno
Gruppo Zannier con il marchio Z
HUMANA People to People Baltic in Lituania*
HUMANA People to People India*
HUMANA People to People Slovakia*
ICIS
Il Gigante S.p.A
Intrighi
IPER La Grande i S.p.A
Italmark S.p.A
KIABI
KPMG S.p.A
Labelab
Leotron (Rete Nazionale Operatori dell'Usato)
LW
Nokia
Occhio del Riciclone cooperativa sociale ONLUS
Officine Mario Freni srl
One World Clothes Trade Bulgaria Ltd.*
Politecnico di Torino
PWC
Reale Mutua
Salone della CSR e dell'Innovazione sociale
Sap
Sartoria Sociale Il Gelso
SASOM Srl
Savno Servizi Srl
Ser Lory
Swiss Foundation for Solidarity in Tourism
Tavola Valdese
Teddy S.p.A con il brand Terranova
Trenord
UNES - U2 Supermercati
Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
Università di Pavia - M.U.S.T. (Marketing Utilities and Storytelling Techniques)
Utilitalia
VELOSI- PSC Europe
Viridea Srl

* Organizzazioni membri della Federazione Internazionale HUMANA People to People.

Tabella 4. CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ IN ITALIA: I NOSTRI OBIETTIVI

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Costruzione di nuove partnership (istituzionali) e maggiori risorse per i progetti di Cooperazione e Sviluppo: saranno definite macro strategie di finanziamento dei progetti di HUMANA Italia, in base a specifiche priorità sia in termini di Paesi beneficiari, sia in termini di ambiti di intervento. Il fatto di privilegiare un approccio multi-stakeholder dovrebbe contribuire a migliorare e aumentare il numero delle proposte elaborate.		Quattro progetti finanziati (dei quali 2 da nuovi partner, rispettivamente Fondo di Beneficienza Intesa San Paolo e SST) con una percentuale di efficacia del 23%.	Incrementare i fondi a favore dei progetti (incluso un ampliamento della tipologia di attività sostenute e di Paesi beneficiari coinvolti), grazie al consolidamento delle partnership esistenti o alla creazione di nuovi rapporti con enti, fondazioni e istituzioni e grazie allo sviluppo di rapporti più stretti tra ente e progetti beneficiari.
Costruzione di nuovi modelli virtuosi di interazione tra il mondo corporate e HUMANA Italia sia mediante attività di co-marketing, sia attraverso iniziative di Responsabilità Sociale di Impresa e azioni congiunte di comunicazione, con lo scopo ultimo di destinare maggiori risorse per i progetti di Cooperazione e Sviluppo.		Consolidamento e ampliamento di partnership storiche (Kiabi, Z, Terranova), che hanno permesso l'incremento del valore economico delle donazioni a HUMANA.	Costruzione di nuovi modelli di collaborazione tra il mondo corporate, non solo del settore fashion, e HUMANA sia mediante attività di co-marketing, sia con iniziative di CSR o azioni congiunte di comunicazione, con lo scopo ultimo di destinare maggiori risorse ai progetti di Cooperazione e Sviluppo.
Partenza del primo gruppo "test" di vacanzieri solidali per il Malawi, grazie al coinvolgimento di persone che avevano già vissuto l'esperienza delle Vacanze Solidali in Mozambico.		Partito a luglio 2018 il gruppo di 4 vacanzieri (ex vacanzieri solidali in Mozambico) per un "viaggio-test" con l'obiettivo di verificare la fattibilità di attivazione del programma Vacanze Solidali in Malawi con esito estremamente positivo.	Promuovere il turismo responsabile attraverso il programma di Vacanze Solidali (Mozambico e Malawi), evidenziando, da un lato, il valore umano di questa esperienza e, dall'altro, cogliendone le opportunità per l'avvio di nuove progettualità in sinergia con fondazioni ed enti erogativi.
Maggiore dialogo con i nostri donatori e coinvolgimento degli stakeholder tramite volontariato e sostegno diretto per specifici progetti. Sviluppo del dialogo e del coinvolgimento di stakeholder individui con l'obiettivo di meglio approfondire la loro conoscenza delle attività di HUMANA Italia.		Sviluppato un dialogo più sinergico e promosse iniziative con le aziende partner per poter meglio coinvolgere i loro collaboratori e potenziali donatori, in particolare attraverso giornate di volontariato.	–
Avvio progetti locali per rispondere a un bisogno sociale in Italia. Si tratta in particolare dell'"importazione" del cosiddetto progetto *3C – Coltiviamo il Clima e la Comunità*, elaborato dalla nostra consorella in Spagna, e il conseguente avvio del nostro primo orto di comunità, grazie alla partecipazione di un gruppo di attivisti e l'assunzione di un farm instructor.		Avviato il primo orto di comunità a Cornaredo (MI), già pienamente operativo a fine 2018.	Avviare un secondo orto di comunità in un comune già nostro partner per il servizio di raccolta abiti, dando vita a nuove opportunità di collaborazione con aziende e fondazioni. Avviare la misurazione dell'impatto ambientale, sociale ed economico dell'*Orto 3C* di Cornaredo (MI) e condividere indicatori e risultati con le consorelle che hanno attivato il progetto in Europa.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Sviluppo del coordinamento internazionale della rete HUMANA (soprattutto in termini di richieste di finanziamenti) e del networking con potenziali partner europei.		Consolidamento del lavoro con il Partnership Team Europe, che ci ha permesso di acquisire una migliore conoscenza degli enti finanziatori (in particolare fondazioni europee) e una più diffusa opportunità di finanziamento dei nostri programmi di sviluppo.	Ampliamento del coordinamento internazionale della rete HUMANA per le strategie di partnership, ma anche per una condivisione di best practice e opportunità per CSR e *Orto 3C*.
Coadiuvare tecnicamente le sinergie operative in atto tra HUMANA e la Cooperativa Occhio del Riciclone, in particolare in merito alla gestione del Centro del Riuso.		Incrementata di circa il 50% la merce donata dai punti vendita Mercatopoli e Baby Bazar. Tale incremento è stato possibile grazie al consolidamento delle rotte ritiri e all'aggiunta di due nuovi punti vendita rispetto al 2017. I negozi coinvolti sono stati 22, dai quali sono stati raccolti 41.570 chili di merce (grazie a 153 ritiri effettuati).	Promozione della cultura del recupero e del riutilizzo, grazie al rafforzamento della collaborazione con il Centro del Riuso. Effettuare analisi dei risultati per stabilire gli sviluppi del Centro del Riuso.
L'attività di Educazione alla Cittadinanza Mondiale troverà più spazio nel 2018. HUMANA Italia s'impegna inoltre a promuovere campagne di comunicazione rivolte in primis (anche se non in via esclusiva) alle scuole per sensibilizzare sui temi dello sviluppo e dell'economia circolare e per sollecitare gli alunni a intraprendere percorsi di mobilitazione a favore della mission di HUMANA Italia.		Incontrati 850 studenti grazie al programma di Educazione alla Cittadinanza Mondiale in alcuni comuni convenzionati con HUMANA per il servizio di raccolta indumenti. Realizzata la campagna *From People to People – Storia di un viaggio*, in collaborazione con il giornalista e storyteller Luca Pagliari, che ha permesso di incontrare 254 studenti delle scuole superiori.	Proseguire i progetti di sensibilizzazione sui temi socio-ambientali nelle scuole.
Consolidare ed estendere il nostro impegno nell'ambito della Rete RIUSO (avviata nel 2017 - si veda pag. 53 del BS 2017), nonché realizzare progetti ad hoc in alcune delle principali città italiane per rafforzare l'ascolto delle comunità, creare mobilitazione territoriale e avviare percorsi congiunti con gli attori della società civile.		Consolidamento delle attività della Rete RIUSO, con lo scopo di sensibilizzare la società civile sui temi del riutilizzo, dare sostegno concreto a persone più vulnerabili a rafforzare le relazioni con i decision makers del territorio.	–


Obiettivo raggiunto


Obiettivo parzialmente raggiunto


Obiettivo non raggiunto



LE PERFORMANCE ECONOMICHE

4

4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA (SCARL E ONLUS)

Per noi di HUMANA, la capacità di perseguire con efficacia la mission, continuando a sostenere progetti con impatti ambientali e sociali positivi nel Sud del mondo e in Italia, passa necessariamente attraverso una crescita economica equilibrata e sostenibile nel tempo.
Un ruolo fondamentale in questo senso è svolto dalla collaborazione sinergica tra HUMANA People to People Italia SCARL, che si occupa della raccolta degli abiti usati, e HUMANA People to People Italia ONLUS, che gestisce invece le iniziative di sensibilizzazione e di raccolta fondi. Entrambe le organizzazioni hanno l'obiettivo di garantire il maggior supporto possibile ai progetti e di creare valore per una molteplicità di soggetti (GRI 103-1-2).
La redistribuzione della ricchezza generata e distribuita ai diversi stakeholder viene illustrata nel box qui di seguito.

PERCHÉ SI CALCOLA IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO?

L'indicatore del **valore economico generato e distribuito** è uno dei GRI Standards che offre una misura della ricchezza generata da un'organizzazione grazie al proprio core business (valore economico generato) e una rappresentazione di come questa venga redistribuita ai diversi stakeholder con i quali l'organizzazione si rapporta (valore economico distribuito). Il valore economico distribuito rappresenta quindi l'entità delle risorse che l'organizzazione destina ai propri fornitori, ai collaboratori, agli azionisti, alle Amministrazioni Pubbliche, alla collettività e all'ambiente: la rendicontazione di tale valore è dunque per noi un elemento fondamentale di trasparenza.
Nel caso di HUMANA Italia, l'indicatore viene calcolato sia per la Cooperativa, sia per la ONLUS (nelle Tabelle 1 e 2 si esplicita infatti il valore economico generato e distribuito per entrambi gli enti).
Per **HUMANA SCARL** il valore generato è rappresentato principalmente dai ricavi derivanti dalla vendita degli abiti usati, mentre per la **ONLUS** deriva dalla valorizzazione degli abiti donati alle consorelle in Africa e dalla raccolta fondi.

> Creiamo valore, grazie a politiche di sostenibilità economica

Nel 2018 il contributo apportato dalla Cooperativa è stato inferiore rispetto all'anno precedente. Ciononostante, i ricavi derivanti dalla vendita dei vestiti in Europa e dalla valorizzazione degli stessi in Africa hanno fatto sì che l'importo per le attività nel Sud del mondo abbia subito solo una leggera flessione (-3,5%), attestandosi a **1.470.327,0 euro** (si veda Tabella 2).
A questo si aggiunge l'utilizzo di donazioni accantonate nel 2017 per i progetti 2018, che portano l'importo complessivo utilizzato sui progetti di sviluppo a **1.547.971,5 euro**.



4.2 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA SCARL (GRI 201-1)

Dopo un 2017 molto positivo, il 2018 è stato segnato da una congiuntura sfavorevole del mercato internazionale: all'aumento della raccolta è corrisposta una riduzione della domanda, dovuta al blocco delle importazioni di capi di vestiario usati deciso da alcuni Paesi del Nordafrica. L'offerta in eccesso si è quindi riversata sul mercato europeo e italiano, causando una fisiologica riduzione dei capi venduti e dei prezzi di vendita (quest'ultima è da ricondursi anche alla minore qualità dei capi raccolti). Tale dinamica negativa ha ritardato la manifestazione degli impatti positivi attesi dai progetti di sviluppo e dagli interventi di sensibilizzazione realizzati nel 2018, che si concretizzeranno tuttavia nel 2019, grazie alla graduale risoluzione delle problematiche con il Nordafrica e all'apertura di nuove opportunità commerciali.

Nonostante la congiuntura sfavorevole, l'incremento della raccolta degli indumenti e l'estensione della rete di negozi ha consentito alla Cooperativa di accrescere il valore economico generato, portandolo a **12.309.878,0 euro** (+12,8% rispetto al 2017 – si veda Tabella 1).

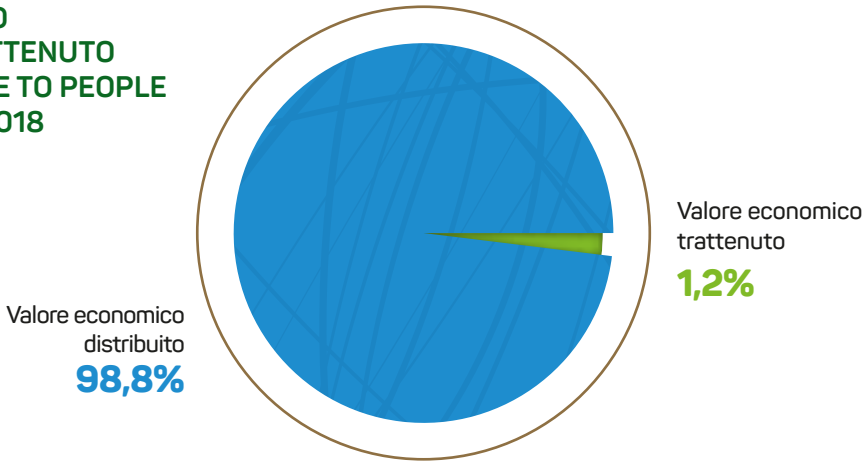
Il valore economico distribuito ha visto un aumento ancor più marcato, attestandosi a **12.164.115,0 euro**, il 15,2% in più rispetto al 2017. Di questo, il 51,0% è stato distribuito ai collaboratori di HUMANA, il 44,0% ai fornitori per l'acquisizione di beni e servizi e l'1,0% alle Amministrazioni Pubbliche in forma di imposte e tasse.

I **costi operativi** rappresentano una voce di costo importante per la SCARL, in quanto comprendono non solo le spese di gestione della struttura, ma anche gli **oneri per la realizzazione del servizio di raccolta e avvio al recupero degli abiti** e per l'attuazione di **interventi di sensibilizzazione e progetti sociali** a vantaggio dei territori dove effettuiamo la raccolta degli abiti. Nel 2018 tali costi operativi sono aumentati del 15,4%, insieme al costo del personale (+28,0%), in crescita per l'assunzione di nuovi addetti alla raccolta in provincia di Roma e di risorse per la gestione dei nuovi negozi (si veda pag. 30). Il risultato complessivo di segno negativo ha imposto una riduzione delle donazioni nei confronti di HUMANA ONLUS: queste si attestano, infatti, a **259.500,0 euro** (-58,7% rispetto al 2017).

Tabella 1. **VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA SCARL NEL 2018**
(VALORI IN EURO)

	2016	2017	2018	Ripartizione % 2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Valore economico generato	10.168.917,0	10.913.663,0	**12.309.878,0**	100,0%	12,8%
Valore economico distribuito	9.790.267,0	10.557.500,0	**12.164.115,0**	98,8%	15,2%
Costi operativi	4.587.609,0	4.689.331,0	5.411.901,0	44,0%	15,4%
Remunerazione del personale	4.271.843,0	4.898.617,0	6.272.323,0	51,0%	28,0%
Oneri finanziari	75.369,0	62.770,0	90.923,0	0,7%	44,9%
Imposte	315.169,0	270.995,0	122.168,0	1,0%	-54,9%
Donazioni in denaro a favore di HUMANA ONLUS per il sostegno ai progetti nel Sud del mondo	534.000,0	628.930,0	**259.500,0**	2,1%	-58,7%
Donazioni in denaro a favore di altri enti non profit	6.250,0	6.857,0	7.300,0	0,1%	6,5%
Valore economico trattenuto	378.650,0	356.162,0	**145.763,0**	1,2%	-59,1%
Ammortamenti e svalutazioni	306.109,0	301.791,0	381.518,0	3,1%	26,4%
Utile d'esercizio	72.541,0	54.371,0	-235.755,0	-1,9%	-533,6%

Figura 1. **VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO E TRATTENUTO DA HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA SCARL NEL 2018**



4.3 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS (GRI 201-1)

Il valore economico direttamente generato da HUMANA ONLUS nel 2018 è stato di **1.986.000,0 euro**, con un incremento dell'1,7% rispetto al 2017. Conseguentemente, anche il valore economico distribuito è cresciuto del 2,1%, raggiungendo i **1.979.4520,0 euro**.

Il risultato gestionale negativo è dovuto in gran parte alla scelta contabile di utilizzare nel 2018 la totalità degli accantonamenti di donazioni effettuati nell'anno precedente, al fine di sostenere i progetti di sviluppo in corso. A partire dal 2019 non sarà più effettuato ricorso ad accantonamenti, destinando interamente le donazioni raccolte nell'anno alle attività nel Sud del mondo in via di realizzazione ed evidenziando quindi in maniera più immediata l'equilibrio tra le risorse attratte e quelle erogate.

Nel 2018 il contributo economico destinato alle attività sociali nel Sud del mondo, pari a **1.470.327,0 euro**, è stato reso possibile:

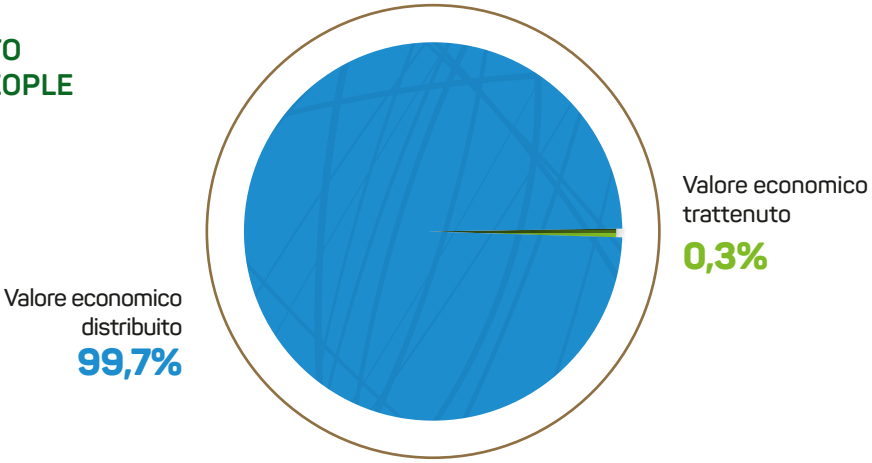
- per il 58,1% dalla **valorizzazione economica dei vestiti donati** e spediti alle associazioni consorelle di HUMANA attive in Africa, membri della Federazione Internazionale;
- per il 41,9% dalle attività di **raccolta fondi** fatte con cittadini, aziende e istituzioni e dalla donazione ricevuta dalla Cooperativa grazie alla **vendita dei vestiti in Italia e in Europa**.

L'aumento significativo delle donazioni e dei contributi effettuati da cittadini, aziende e istituzioni (+25,5%) e dei proventi dalla valorizzazione dei capi in Africa (+15,9%) ha permesso, in

Tabella 2 . **VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ONLUS NEL 2018**
(VALORI IN EURO)

	2016	2017	2018	Ripartizione % 2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Valore economico generato	1.851.179,0	1.952.990,0	**1.986.000,0**	100,0%	1,7%
Valore economico distribuito	1.844.297,0	1.939.105,0	**1.979.452,0**	99,7%	2,1%
Costi operativi	189.034,0	193.579,0	265.112,0	13,4%	37,0%
Remunerazione del personale	194.851,0	218.005,0	238.400,0	12,0%	9,4%
Oneri finanziari	3.219,0	3.887,0	5.613,0	0,3%	44,4%
Progetti sociali nel Sud del mondo	1.457.193,0	1.523.624,0	**1.470.327,0**	74,0%	-3,5%
Valore economico trattenuto	6.882,0	13.885,0	**6.696,0**	0,3%	-51,8%
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	5.817,0	5.022,0	85.125,0	4,3%	1595,0%
Risultato gestionale	1.065,0	8.818,0	-78.429,0	-4,0%	-989,4%

Figura 2. **VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO E TRATTENUTO DA HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS NEL 2018**



questo senso, di compensare in larga parte la contrazione (-58,7%) del contributo apportato dalla Cooperativa.

Nel 2018, l'efficienza della struttura di HUMANA People to People Italia ONLUS ci ha permesso di destinare, per ogni euro raccolto, **74 centesimi** direttamente ai nostri **progetti nel Sud del mondo** e **10 alle attività di sensibilizzazione alla solidarietà e alla tutela ambientale in Italia** (si veda Figura 3); la realizzazione delle iniziative di raccolta fondi ha assorbito 13 centesimi, mentre i costi della struttura pesano solo per 3 centesimi, confermando l'elevato livello di efficienza gestionale raggiunto (GRI 103-3).

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

I bilanci di HUMANA (SCARL e ONLUS) sono **certificati** con controlli di coerenza esterna dalla **Società di revisione Ria Grant Thornton SpA** e poi resi disponibili sul nostro sito istituzionale (www.humanaitalia.org) e sul sito dedicato alla raccolta dei vestiti (http://raccoltavestiti.humanaitalia.org).

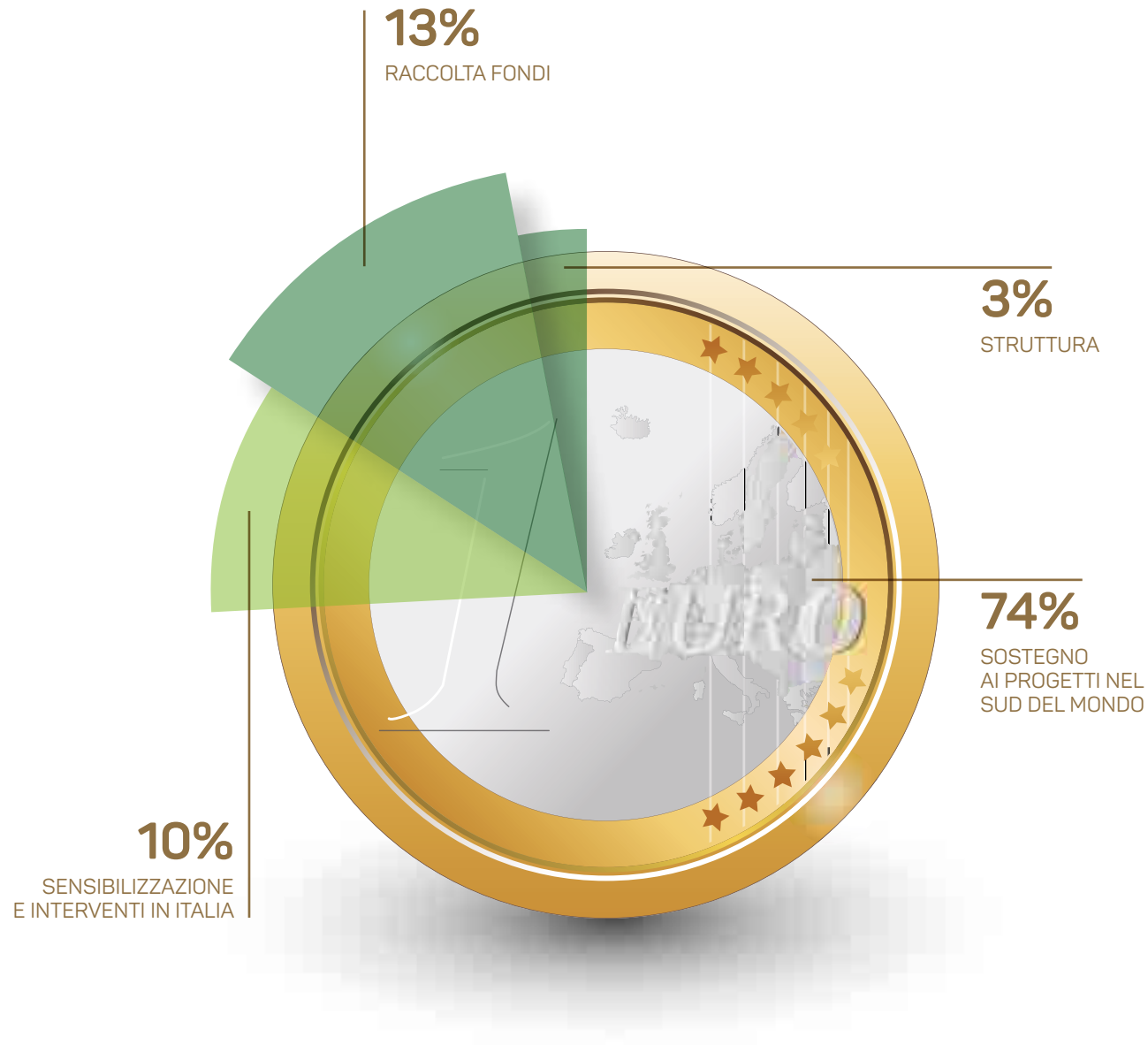
Nel 2018, le modalità di controllo e verifica del bilancio della SCARL sono state ulteriormente ampliate e rafforzate in seguito all'entrata in vigore della revisione obbligatoria.

Tabella 3 . **CONTRIBUTO DI HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS AI PROGETTI NEL SUD DEL MONDO, SUDDIVISO PER PROVENIENZA**
(VALORI IN EURO)

	2018	Ripartizione % 2018
Contributi derivanti dalla raccolta fondi	616.554,0	41,9%
Valorizzazione in Africa dei vestiti donati	853.773,0	58,1%
Totale	**1.470.327,0**	**100,0%**

Valorizziamo al massimo ogni donazione ricevuta

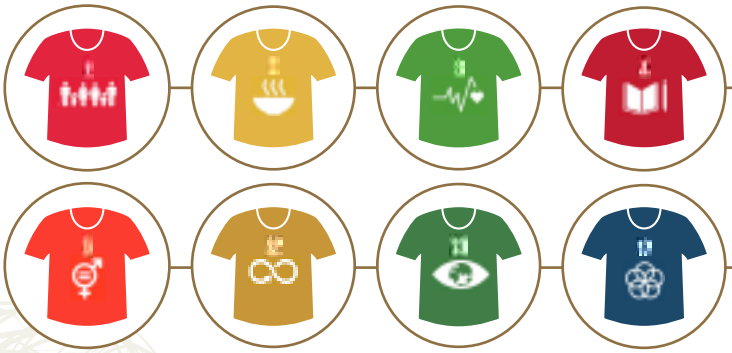
Figura 3. **COMPOSIZIONE COSTI DI HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS NEL 2018**





I NOSTRI PROGETTI: PER LE PERSONE E PER L'AMBIENTE

5



5.1 SVILUPPO SOCIALE E AMBIENTALE: UN LEGAME A DOPPIO FILO

La vision e la mission di HUMANA Italia racchiudono tutta l'attenzione che, da sempre, l'intero Movimento HUMANA rivolge alle persone e all'ambiente: lo sviluppo delle prime è impossibile senza la cura e la tutela del secondo. Gli interventi sociali, nel Sud del mondo e in Italia, sono realizzati "spalla a spalla" con chi ne è coinvolto direttamente e indirettamente. L'appartenenza a un network internazionale consente la condivisione di esperienze divenute metodo con il tempo. L'attenzione è posta sui bisogni delle comunità e dei singoli individui, così come sull'ambiente nel quale vivono.

> **Lavoriamo insieme per un cambiamento autentico e sostenibile**

La capacità di incidere sullo sviluppo sociale e sulla tutela ambientale dei territori dove operiamo è frutto di una sensibilità radicata e motivante, ma anche di competenze specifiche acquisite sul campo e arricchite grazie ai tanti partner tecnici, accademici e istituzionali con i quali collaboriamo (GRI 103-1).



5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE

La Federazione Internazionale HUMANA (e i suoi membri) nasce e opera per contribuire allo sviluppo di comunità afflitte da estrema povertà e degrado. **Sviluppo sostenibile** è dunque la parola chiave da porre al centro dell'azione di HUMANA nel Sud del mondo. La cooperazione è per noi il metodo e lo strumento, basato appunto sulla collaborazione, per creare una condizione di vita migliore, duratura, partecipata e capace di evolversi costantemente nel tempo.
Con l'obiettivo di rispondere in modo efficace alle esigenze specifiche delle comunità con le quali opera, HUMANA lavora in sinergia con le persone, con le consorelle nel Nord e nel Sud del mondo e con la Federazione Internazionale, in modo da proporre a eventuali partner interventi mirati e duraturi, frutto dell'esperienza sul campo (GRI 103-3).

I programmi implementati nel Sud del mondo si distinguono per alcuni **tratti distintivi** (GRI 103-2):

RILEVAZIONE DEI BISOGNI

Tutto ha inizio dall'ascolto e dall'osservazione, niente è calato dall'alto. La conoscenza del contesto geografico, sociale e culturale, l'esperienza quarantennale e il coinvolgimento di beneficiari e stakeholder interessati portano alla formulazione di una risposta alle esigenze calibrata e condivisa.

CREAZIONE DI MODELLI ADATTABILI

HUMANA opera creando modelli di intervento che, nati dall'esperienza sul campo, sono in grado di adattarsi alle diverse realtà e di affrontare le necessità specifiche. Il programma di sviluppo comunitario e aiuto all'infanzia (*Child Aid*), ad esempio, è costituito da una serie di linee di intervento, per tutelare i bambini e garantire lo sviluppo delle loro comunità, che sono attivate in funzione delle specifiche necessità locali. Così, in Ecuador, si affronta il problema dell'ingresso dei ragazzi nelle baby gang, mentre, in India, il focus dell'intervento è sulle discriminazioni derivanti dalle differenze di casta. Il tema di base, l'aiuto all'infanzia, è quindi modificato e adattato a contesti e problematiche specifiche.

APPROCCIO OLISTICO

La linea base di un intervento è strutturata sin dall'inizio in modo completo per garantire l'attuazione dell'attività "core". È però prevista anche la possibilità di accogliere integrazioni, ampliamenti e adattamenti. La creazione, ad esempio, di un *Farmers' Club*, progetto che forma i piccoli coltivatori, consentendo loro di passare da un'agricoltura di sussistenza a una generatrice di reddito, può nel tempo prevedere attività collaterali, quali l'approvvigionamento idrico, la creazione di stazioni di energia rinnovabile e campagne sulla sicurezza alimentare. L'approccio è quindi orientato a soddisfare il bisogno di base, senza però escludere la necessità di uno sviluppo integrato e ampio della comunità nel suo insieme.

ORIZZONTE TEMPORALE

Il medio e lungo periodo, in alcuni casi lunghissimo (citiamo, ad esempio, il centro di accoglienza *La Città dei Bambini* di Malabanyama in Zambia, attivo dal 1990), è l'arco temporale di attuazione dei progetti, che possono anche divenire permanenti (si pensi alle scuole magistrali). Ciò consente un reale radicamento e una maggiore acquisizione di strumenti e competenze da parte delle persone con le quali collaboriamo, coinvolte in un processo di cambiamento duraturo. Tale evoluzione arriva a permeare la vita delle persone, sempre più capaci di guidare autonomamente la crescita della propria comunità.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Grazie all'eterogeneità dei finanziamenti, ma soprattutto grazie ai fondi derivanti dalla raccolta abiti realizzata da HUMANA nel mondo, è possibile garantire la stabilità nel tempo dei progetti, raggiungendo gli obiettivi strategici prefissati e gestendo in maniera più flessibile le attività collaterali.

TRASPARENZA

I progetti sono rendicontati dai singoli project leader con la supervisione della Federazione HUMANA.
I bilanci sono certificati da società di revisione esterne.
HUMANA Italia effettua monitoraggi annuali, rendicontati in questo documento e nella Relazione della Mission di HUMANA ONLUS.

Nel 2018 il contributo utilizzato per i progetti in Africa e India, derivante dal sostegno di HUMANA Italia, è stato di **1.547.971,5 euro**, +19,6% rispetto al 2017 (si veda Tabella 1). Occorre sottolineare che tra i contributi inviati ai progetti nel 2018, ma accantonati per le attività del 2019, vi sono i finanziamenti erogati a fine anno da due nuovi partner: Fondo Beneficienza Intesa San Paolo e Swiss Foundation of Solidarity Tourism.

Il primo ha finanziato con 70.300,0 euro il progetto ***Bambà: la forza delle donne Quilombola*** in Brasile (si veda box, a pag. 65), per favorire lo sviluppo rurale e le attività commerciali a esso collegate delle comunità Quilombola attraverso percorsi di formazione. Il secondo ha riconosciuto un contributo di 20.164,0 euro al progetto ***Turismo sostenibile: strumento di sviluppo*** in Malawi, per un corso di formazione turistico-alberghiera, da realizzarsi presso la scuola professionale di ADPP Malawi (membro della Federazione HUMANA) (si veda box, a pag. 69), dove dal 2019 sarà attivato il programma di Vacanze Solidali, in aggiunta al Mozambico. La formazione e la presenza di turisti solidali rappresentano due azioni integrate a favore delle comunità locali. I risultati dei due progetti saranno rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2019.

Tabella 1. **CONTRIBUTI UTILIZZATI PER I PROGETTI DI SVILUPPO, PER AMBITI DI INTERVENTO**
(VALORI IN EURO)*

	2016	2017	2018	VARIAZIONE % (2017-2018)
Istruzione e formazione	704.904,0	367.651,3	684.283,1	86,1%
Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario	233.158,7	257.985,6	314.309,5	21,8%
Prevenzione e tutela della salute	112.300,0	379.000,7	276.079,9	-27,2%
Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare	343.452,4	289.641,8	273.299,0	-5,6%
Totale per ambiti di intervento	**1.393.815,1**	**1.294.279,4**	**1.547.971,5**	**19,6%**

* I contributi economici qui inseriti si riferiscono ai fondi effettivamente utilizzati sui progetti di cooperazione internazionale nel corso del 2018, suddivisi per ambito di intervento.

Figura 1. **DOVE SONO I NOSTRI PROGETTI**

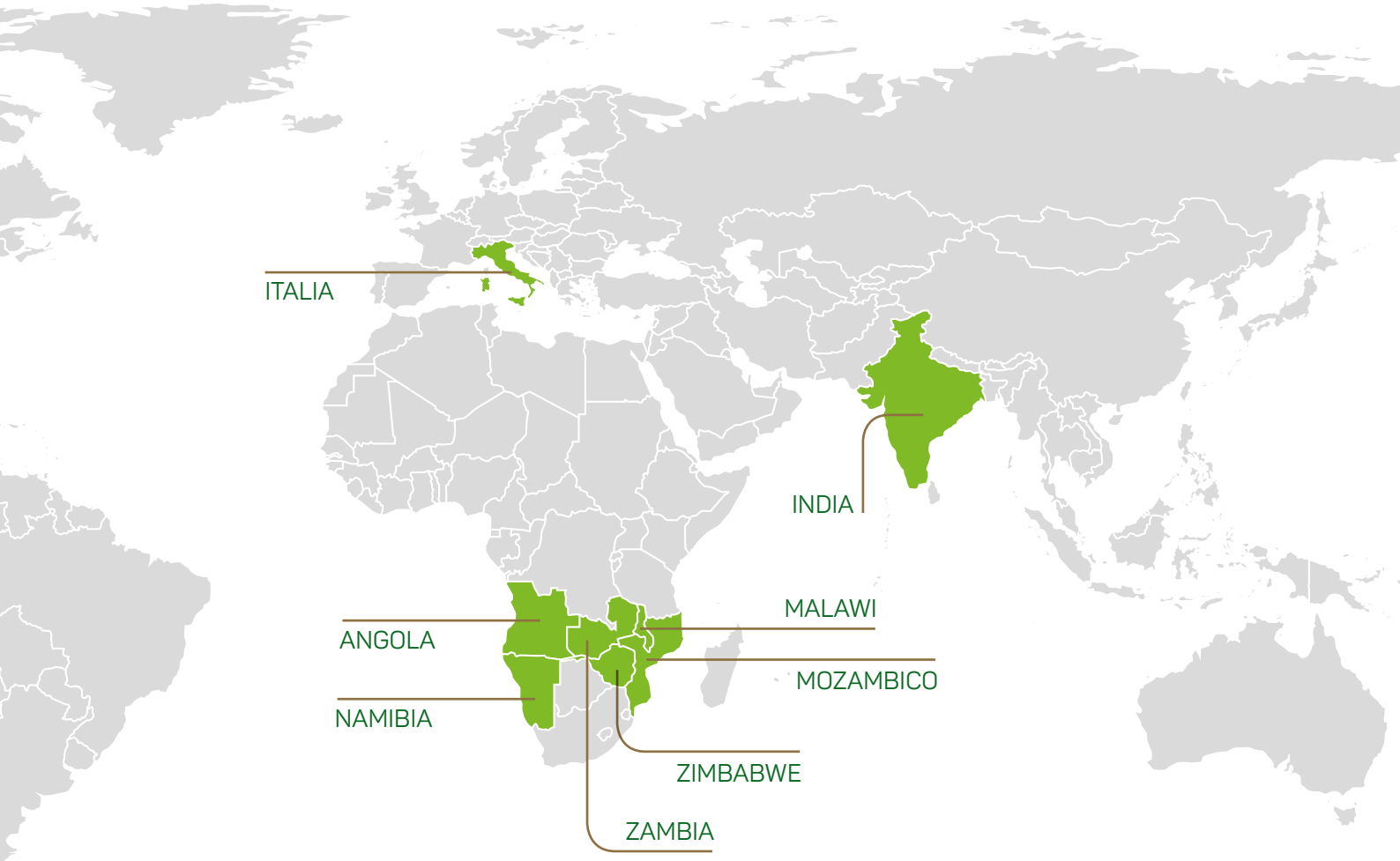
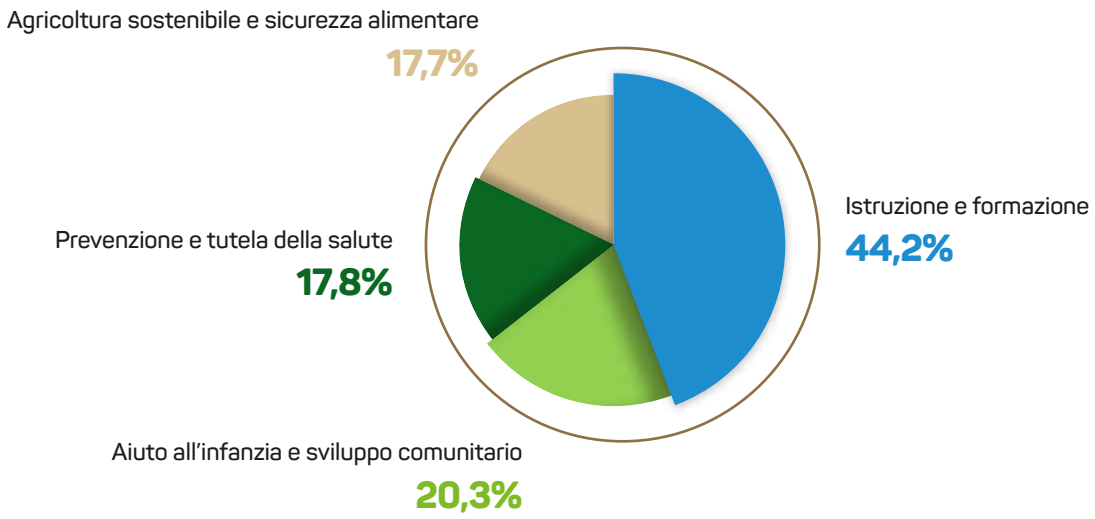


Figura 2. **SUDDIVISIONE DEI CONTRIBUTI ECONOMICI AI PROGETTI, PER AMBITO DI INTERVENTO**



5.2.1 Istruzione e formazione



Da sempre, formazione e istruzione costituiscono il settore prioritario di intervento per HUMANA. Grazie a queste ultime, infatti, le persone acquisiscono le competenze che potranno consentire loro di costruirsi, in autonomia, un futuro costellato di **maggiori opportunità**. Puntare sull'istruzione significa investire a favore dello sviluppo dei singoli e, su più ampia scala, delle comunità. I progetti in questo ambito spaziano dai pre-scuola alla scuola primaria, dalla formazione professionale e magistrale fino al livello universitario. Il denominatore comune è la volontà di unire **formazione teorica** ed **esperienza sul campo**, fornendo un'educazione che sia **di qualità**, **equa** e **inclusiva**, così come indicato anche dal Sustainable Development **Goal 4** delle Nazioni Unite.

SCUOLE MAGISTRALI

Le scuole magistrali mirano a **formare i futuri insegnanti delle scuole primarie** (dal 1° al 7° livello), affinché diventino educatori **appassionati** e **competenti**, nonché promotori di un **approccio all'insegnamento innovativo e partecipativo**. I corsi sono strutturati in linea con i piani educativi nazionali (1 o 3 anni) e si basano sul sistema ***DMM*** (*Determination of Modern Methods*), un metodo di insegnamento che pone al centro lo studente.

La formazione si articola in un'efficace combinazione di lezioni teoriche ed esperienze sul campo, rese possibili anche con viaggi nelle zone più isolate e lontane. L'obiettivo è far sì che gli studenti sviluppino una forte capacità di adattamento, resilienza e flessibilità, affinché siano capaci di educare i bambini in zone particolarmente disagiate, riuscendo a fronteggiare al meglio l'ampio e diversificato spettro di situazioni possibili. Le scuole di HUMANA offrono inoltre ad alcuni studenti la possibilità di risiedere presso il collegio: la vita di condivisione è parte integrante della formazione, utile a responsabilizzare e ad accrescere le capacità organizzative dei futuri insegnanti.

Nel 2018 abbiamo sostenuto alcune scuole in **Mozambico**, **Malawi** e **India**. In quest'ultimo Paese, nello Stato di **Haryana**, fondamentale è stata la collaborazione con la **Fondazione San Zeno**, che ha supportato alcuni istituti nei distretti di **Ferozepur Namak** e **Mewat**, e con **Tavola Valdese**, grazie alla quale è stato avviato, nel distretto di **Mahendergarh**, il **programma di azione per il miglioramento dell'istruzione** (***LEAP – Learning Enhancement Action Programme***). Quest'ultimo prevede l'aggiornamento degli insegnanti, finalizzato al miglioramento dell'istruzione, ed è denominato anche *KADAM+ (A Step by Step Accelerated Learning Programme)*. La metodologia di insegnamento personalizza la proposta formativa, al fine di facilitare l'apprendimento di ciascun alunno, nonché l'inserimento nel percorso standard delle scuole governative.

L'obiettivo del progetto è di introdurre questo modello di insegnamento in **100 scuole governative**, per testarne l'impatto su circa 15.000 bambini di età compresa fra i 6 e gli 11 anni.

Essere insegnante: un sogno che diventa realtà

Mi chiamo Isabel Jonas Guambe e sono una studentessa presso la scuola magistrale di Maputo. Diventare un'insegnante è sempre stato il mio sogno. Un mio amico mi ha suggerito di andare alla scuola magistrale di HUMANA perché, secondo lui, lì avevano tutte le qualità che io stavo cercando. Dopo aver raccolto le informazioni necessarie, mi sono iscritta e ho sostenuto l'esame di ammissione con successo. Successivamente, mi sono trasferita presso l'istituto, dato che è un collegio. Da quel momento sono cambiata molto: qui non solo ci viene insegnato tutto ciò che ha a che fare con il processo di insegnamento-apprendimento, ma anche come vivere gli uni con gli altri. Sono solamente al primo anno, ma ho già imparato molte cose davvero utili per me e credo che nei prossimi due anni finirò il corso e sarò perfettamente preparata, non solo per insegnare ai bambini, ma anche per capirli e risolvere problemi in ogni situazione, perché un insegnante non è solo un insegnante a scuola, ma dappertutto.

Isabel Jonas Guambe, *Maputo, Mozambico*

Tabella 2 . **SCUOLE MAGISTRALI**

Luogo: India, Malawi e Mozambico

Contributo economico: 330.949,1 €

Principali risultati*:

- **5.991** studenti iscritti
- **146.820** alunni delle scuole primarie hanno beneficiato delle ore di tirocinio dei futuri insegnanti
- **1.078** kit didattici distribuiti grazie al programma *LEAP - Learning Enhancement Action Programme* in India

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

Tabella 3 . **SCUOLE PROFESSIONALI**

Luogo: Malawi, Mozambico e Zimbabwe

Contributo economico: 259.803,1 €

Principali risultati*:

- **472** studenti iscritti
- **405** studenti hanno frequentato corsi intensivi di formazione tecnica

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

SCUOLE PROFESSIONALI

Le scuole professionali di HUMANA formano i ragazzi tra i 18 e i 24 anni su **materie tecniche specifiche**, volte a rispondere alla diversa domanda del mercato del lavoro, o aiutandoli ad avviare piccole attività imprenditoriali in proprio.

I corsi, della durata di 2 o 3 anni, spaziano dal turismo alla falegnameria, dall'agricoltura al cucito, o ancora dalla meccanica e l'edilizia, all'estetica e al management.

Tutti i percorsi prevedono un periodo di tirocinio in aziende (di solito durante l'ultimo anno) per consentire agli studenti di mettere in pratica quanto imparato. Nel 2018, HUMANA ha sostenuto istituti professionali in **Mozambico**, **Malawi** e **Zimbabwe**. In particolare, le **scuole professionali di Nacala** (Mozambico) e **di Mikolongwe** (Malawi) si contraddistinguono per l'offerta di un indirizzo di specializzazione in ambito turistico-alberghiero (si veda anche pag. 68).



PROGRAMMI DI INCLUSIONE SCOLASTICA

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

In **Malawi**, HUMANA è impegnata a sensibilizzare le famiglie e le comunità sul ruolo centrale



dell'istruzione, con campagne one-to-one e gruppi di mobilitazione. Con il progetto ***We do more teacher - Let children stay at school*** si è cercato di ridurre l'assenteismo e di contrastare il tasso di abbandono scolastico, mediante una formazione specifica per gli insegnanti, che hanno redatto piani di medio-lungo termine al fine di assicurare continuità alle attività nelle 114 scuole beneficiarie dell'intervento. Tra le iniziative realizzate rientrano la creazione e la gestione di orti scolastici (valido supporto ai programmi alimentari), la ristrutturazione delle latrine e delle aule, la realizzazione di nuovi spazi gioco, nonché l'avvio di nuove piccole attività generatrici di reddito, gestite da gruppi di mamme.

Sempre in **Malawi**, abbiamo sostenuto il progetto ***400 Primary Schools***, che nasce dalla volontà degli insegnanti diplomati presso gli istituti magistrali di DAPP Malawi (consorella attiva in loco) di migliorare le scuole governative nelle quali si trovano a lavorare una volta terminati gli studi, con l'obiettivo di raggiungere, appunto, 400 scuole primarie. Oltre a coinvolgere gli alunni, gli insegnanti organizzano attività al di fuori della scuola, come la piantumazione di alberi e la creazione di orti intorno agli istituti, la costruzione di servizi igienici e di forni salva-legna, nonché la formazione su temi quali la corretta alimentazione e la prevenzione di malattie come il colera e la malaria.

In **India**, negli Stati di **Rajasthan** e **Haryana**, HUMANA ha sostenuto il progetto delle ***Academy for working children*** (*AWC*). L'obiettivo è di garantire l'istruzione di base ai bambini di strada o lavoratori. In India, infatti, molte famiglie vivono ancora al di sotto della soglia di povertà e più di 6 milioni di minori[1] vedono negato il proprio diritto all'infanzia e sono costretti a lavorare. Le scuole di HUMANA offrono a quei bambini costretti ad abbandonare la scuola, o che non l'hanno mai potuta frequentare, la possibilità di seguire lezioni in maniera continuativa: i corsi di formazione hanno una durata di 3 ore giornaliere, affinché anche i ragazzi più poveri possano continuare ugualmente a lavorare, non facendo così mancare il proprio aiuto alla famiglia. Questa è infatti una condizione quasi indispensabile per ottenere l'approvazione dei genitori e far sì che non si oppongano al reinserimento dei figli a scuola. I bambini imparano a leggere, a scrivere e acquisiscono competenze matematiche. La scuola garantisce loro anche assistenza sanitaria, check-up medici e un pasto giornaliero. Nel 2018, **387 bambini** hanno frequentato il **programma di istruzione elementare di base** nelle **scuole di Malviya Nagar** e **Jagatpura** (Stato di Rajasthan); a **Panipat** (Stato di Haryana) lo staff di HUMANA ha invece individuato i bambini lavoratori nelle fabbriche del tessile: **239** frequentano ora i corsi a **Sambhavna**, per poter essere successivamente ammessi alle scuole governative indiane, fino a quel momento precluse.

Sempre negli Stati di Haryana e Rajasthan in **India**, HUMANA ha sostenuto il programma ***KADAM Step-Up***, con l'obiettivo di ridurre il tasso di abbandono scolastico e di colmare le lacune dei cosiddetti *Out-of-School Children* (*OOSC*). Il programma si basa su un sistema di apprendimento graduale (in 10 step) che alterna lezioni teoriche a laboratori pratici e che consente lo sviluppo a tutto tondo dei bambini. Inoltre, sono stati organizzati incontri di sensibilizzazione con i genitori e giornate di check-up e di distribuzione gratuita di medicinali (49 incontri solo nel 2018, a beneficio di oltre **6.540** bambini).

Tabella 4 . **PROGRAMMI DI INCLUSIONE SCOLASTICA**

Luogo: **Malawi, Mozambico e India**

Contributo economico: **82.374,9 €**

Principali risultati*:

- **626** studenti iscritti alle *Academy for working children* in India
- oltre **63.000** bambini coinvolti nel programma *Let children stay in school* in Malawi
- **307** giornate aperte di sensibilizzazione organizzate grazie al progetto *400 Primary Schools* in Malawi
- **18.928** studenti iscritti presso i 388 *KADAM Centers* in India
- **260** bambini accolti nell'ambito del progetto *Girl child stay in school* in Mozambico

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

[1] HUMANA People to People India *KADAM – The Step Up Centers Annual Programme Report* (January - December 2018).

Infine, in **Mozambico** HUMANA ha sostenuto il progetto ***Nikhalamo – Girl child stay in school***, che ha visto la costruzione di 5 nuovi pre-scuola nella provincia di Zambesia. Sempre nell'ambito di questo progetto, è stata inserita la figura del ***WASH*** (*Water Sanitation and Hygiene*) ***Officer*** con il compito di assicurare ai bambini ospiti l'accesso ad acqua potabile e a strutture sanitarie e di igiene basilari.

ONE WORLD UNIVERSITY

HUMANA gestisce anche una formazione di livello universitario presso la ***One World University***, istituto situato nel distretto di Changalane, in **Mozambico**. Due sono gli indirizzi di specializzazione: **Pedagogia**, che forma i futuri insegnanti delle scuole magistrali di HUMANA, e **Sviluppo Comunitario** (*Fighting with the Poor*), che prepara operatori di comunità, impegnati a migliorare le condizioni di vita delle persone e a sconfiggere la povertà. La formazione include anche esperienze di viaggio, interazioni con la comunità e responsabilizzazione nella gestione dell'istituto. Dal 2012, i corsi sono offerti anche in modalità **distance-learning**.

Tabella 5 . **ONE WORLD UNIVERSITY**

Luogo: Mozambico

Contributo economico: 11.156,0 €

Principali risultati*:

- **77** studenti iscritti al corso di Sviluppo Comunitario
- **130** studenti iscritti al corso di Pedagogia
- **460** studenti in distance-learning

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

5.2.2 Aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario



HUMANA gestisce programmi integrati di **sviluppo comunitario** e **aiuto all'infanzia**, finalizzati al miglioramento della salute e allo sviluppo economico delle comunità più rurali e isolate, migliorandone le condizioni di vita e creando un contesto nel quale i bambini possano crescere sani e sviluppare al meglio il proprio potenziale. Colonna portante di questi programmi sono i **Gruppi di Azione di Villaggio**, costituiti da 15-20 famiglie ciascuno, che si attivano in iniziative di sensibilizzazione, percorsi di empowerment e progetti di microcredito, coinvolgendo i membri della comunità.

Accanto ai più tradizionali programmi di sviluppo comunitario implementati in Malawi, Mozambico, Zambia e Zimbabwe, nel 2018 HUMANA Italia, insieme a HUMANA India, ha sostenuto il progetto di microcredito ***The HUMANA Microfinance***, negli **Stati di Haryana, Rajasthan, Uttar Pradesh, Uttarakhand e Jharkand**. Il programma ha l'obiettivo di concedere piccoli prestiti alle donne residenti in regioni particolarmente povere, per consentire loro l'avvio di attività imprenditoriali che generino un reddito, cercando così di ridimensionare il problema della povertà. Il programma ha inoltre previsto momenti di formazione su come portare avanti il proprio business, ad esempio in termini di gestione della cassa e dei risparmi. Tutto questo ha avuto un impatto positivo sulle



comunità coinvolte, migliorandone la mobilità sociale, gli standard di vita e offrendo migliori prospettive in termini di istruzione per i bambini. Beneficiarie di questo progetto sono state **71.248 donne**, che, grazie ai fondi ricevuti, hanno potuto avviare una propria attività (GRI 413-1).

In **Mozambico**, infine, HUMANA ha contribuito a sostenere un progetto di ***Cittadinanza Attiva*** rivolto ai giovani di età compresa tra i 9 e i 17 anni. Lo sviluppo del senso civico è stato perseguito mediante la creazione di club giovanili (nel 2018, sono stati 66) e, più indirettamente, grazie a una specifica formazione degli insegnanti delle scuole primarie e secondarie, che potranno così sensibilizzare gli alunni su questo tema. I giovani che si sono attivati nei club hanno organizzato campagne ed eventi specifici, raggiungendo **oltre 3 mila persone** nella provincia di Maputo.

Tabella 6. **AIUTO ALL'INFANZIA E SVILUPPO COMUNITARIO**

Luogo: India, Malawi, Mozambico, Zambia e Zimbabwe

Contributo economico: 259.987,8 €

Principali risultati*:

- **71.248** donne beneficiarie del programma *The HUMANA Microfinance* in India
- circa **23.000** famiglie supportate
- **180** insegnanti formati sul tema della *Cittadinanza Attiva* in Mozambico

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

Un futuro da imprenditrice per Nirmal

Mi chiamo Nirmal Devi, sono sposata e mamma di due bambini. A causa di problemi finanziari, non ho avuto la possibilità di terminare gli studi. Lavoravo come casalinga ed ero costantemente impegnata in faccende domestiche quotidiane. Mio marito, per via dei crescenti costi di produzione, ha dovuto vendere il bestiame, fonte di sostentamento della famiglia. Nel frattempo, sono venuta a conoscenza del programma di microfinanza di HUMANA e ho sottoscritto un prestito di 154 dollari. Con questo denaro, ho iniziato a gestire un negozio di cosmetici. Ho avuto accesso a dei corsi formativi sull'imprenditorialità, che mi hanno permesso di apprendere meglio come gestire il denaro day by day, le transazioni commerciali, le scorte, le vendite e molto altro. Ho ottenuto poi un secondo prestito di 461 dollari e ho potuto così aggiungere nuovi prodotti, includendo quelli di stoffa e sartoria. Ora gestisco sia un'attività di cosmetici sia di vestiti. Il sostegno del programma di microfinanza di HUMANA mi ha permesso di avviare e poi espandere la mia attività e ottenere ulteriori entrate, che impiego nell'istruzione dei miei figli, investendo l'eccedenza come capitale circolante nella mia attività.

Nirmal Devi, *Stato di Haryana, India*

In questo settore di intervento rientrano inoltre i programmi interamente dedicati ai bambini, in particolare quelli soli, perché abbandonati o perché rimasti orfani. Nel corso del 2018 è proseguito il sostegno a favore dei **centri di accoglienza *La Città dei Bambini***, rispettivamente a **Maputo** (Mozambico) e a **Malambanyama** (Zambia), dove si lavora con grande impegno per accogliere i bambini più vulnerabili, perché reduci da attività illegali o da abusi, garantendo loro un percorso di rieducazione e una formazione, sia teorica che pratica. I ragazzi più grandi, ad esempio, possono partecipare a laboratori di falegnameria, piccola carpenteria e sartoria, oppure praticare attività sportive e ricreative (poesia, danze tradizionali, musica ecc.), che li aiutano a riacquisire una socialità positiva.

Tabella 7. **LA CITTÀ DEI BAMBINI**

Luogo: Mozambico e Zambia

Contributo economico: 54.321,7 €

Principali risultati*:

- **420** bambini frequentano il centro di Maputo, dei quali 40 residenti
- **437** bambini frequentano il centro di Malabanyama, dei quali 92 residenti e 35 ex bambini di strada

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

5.2.3 Prevenzione e tutela della salute



Il benessere e la salute costituiscono dei bisogni basilari per qualsiasi individuo. Per questo HUMANA, in coerenza con il Sustainable Development **Goal 3** delle Nazione Unite, è impegnata in **programmi di prevenzione e contrasto di malattie** molto diffuse, quali **malaria** e **HIV/AIDS**.

CONTRASTO DEL VIRUS DELL'HIV/AIDS

Nel 2018, HUMANA ha sostenuto interventi di contrasto al virus dell'HIV tramite i ***Centri HOPE***, in **Malawi** e in **Mozambico**, e, sempre in **Mozambico**, anche con il **Programma *TCE - Total Control of Epidemic***.

Nei ***Centri HOPE*** si effettuano test e si conducono campagne di prevenzione e di sensibilizzazione. Sono le persone a recarsi presso i centri per usufruire dei servizi offerti. L'obiettivo è prevenire il rischio di contagio e dare speranza a coloro che hanno già contratto la malattia, supportandoli con cure appropriate, incoraggiandoli ad adottare un'alimentazione sana ed equilibrata e a partecipare a gruppi di supporto, oltre che fornendo loro aiuto nella ricerca di un lavoro dignitoso. Con i progetti *HOPE* in **Mozambico** sono state raggiunte, rispettivamente, 358 persone a Inhamabane, 46.861 nella provincia di Maputo e 97.151 persone a Capo Delgado. In **Malawi**, il programma *HOPE* si è focalizzato sulle scuole (***HOPE in schools***) (si veda Tabella 8).

I centri applicano il cosiddetto **approccio "Index Case"**, basato sull'attività di counselling e di testing dei membri dello stesso nucleo familiare o dei contatti più prossimi alla persona contagiata (definita, appunto, "Index Case"), che consente di raggiungere più efficacemente (anche in termini di gestione dei fondi) i soggetti più vulnerabili, riducendo gli interventi laddove il rischio di contagio è verosimilmente più basso.

I **Programmi *TCE*** adottano invece un **approccio personalizzato** basato su campagne porta a porta, in grado di raggiungere i singoli individui di una comunità, rendendoli consapevoli del ruolo che ciascuno di loro può ricoprire nel limitare i rischi di contagio e nel contrastare la diffusione del virus. In **Mozambico**, nelle province di **Gaza**, **Zambesia** e **Niassa**, le attività di assistenza si sono concentrate soprattutto nei confronti delle persone più a rischio: prostitute, clienti e loro partner, adolescenti e bambini. Inoltre, sono stati costituiti **330** Gruppi di supporto e allestiti 61 punti di distribuzione di preservativi. Entrambi i programmi, tra loro complementari, sono portati avanti grazie a gruppi di supporto, composti da operatori di HUMANA e volontari, e sono coerenti con la **strategia 90-90-90** delle Nazioni Unite. Quest'ultima prevede, entro il 2020, che: il 90% delle persone infette da HIV avrà diagnosticato il proprio status; il 90% delle persone infette avrà intrapreso la terapia; il 90% di queste potrà raggiungere l'abbattimento della carica virale.



CONTRASTO ALLA DIFFUSIONE DELLA MALARIA

Nel 2018 è proseguito il supporto al **programma regionale di contrasto alla malaria *E8 - Elimination 8 Initiative***, che ha come obiettivo quello di combattere la diffusione della malattia **in 8 Stati dell'Africa subsahariana**, sino a ottenerne l'eliminazione entro il 2020 ai confini della "prima cerchia" di Paesi (Namibia, Botswana, Sudafrica e Swaziland) ed entro il

Un domani migliore, in salute

Vivo con mia nonna che ha sempre fatto lavori agricoli per sostenere la famiglia, ma che dopo un incidente non ha più potuto camminare. Per poter sopravvivere, ho iniziato perciò a offrire prestazioni sessuali a pagamento. Ero interessata solo a ottenere soldi per sostenere la mia famiglia e non pensavo alle malattie che avrei potuto contrarre. Vorrei ringraziare tantissimo per il supporto i consulenti del progetto TCE, che sono come una famiglia per me e che sono entrati nella mia vita per aiutarmi: grazie a loro ora conosco il mio stato e so come vivere una vita da sieropositiva, continuando con le mie normali attività. Cercherò di diffondere questa iniziativa tra i giovani per far sì che anch'essi possano beneficiare dei servizi di assistenza sanitaria.

Ester Julio Sumbane, *Gaza, Mozambico*

2030 nella "seconda cerchia" (Mozambico, Zimbabwe, Zambia e Angola). In particolare, gli interventi di HUMANA si sono concentrati in **Angola**[2] e in **Namibia**[3]. Le azioni sono state implementate nelle zone più remote al confine fra i due Stati, grazie alla collaborazione fra **ADPP Angola** e **DAPP Namibia**, l'organizzazione non governativa britannica **The MENTOR Initiative**, la **J. C. Flower Foundation**, il **CICA** (The Council of Christian Churches) e l'**Anglican AIDS Programme** (AAP).

Con lo scopo di raggiungere gli individui più a rischio, si è adottato l'approccio ***Test, Treat and Track – TTT*** e sono state avviate le cosiddette ***Malaria Plus Posts***, strutture sanitarie equipaggiate e collocate in alcune località strategiche nelle aree di confine. Sono state inoltre rafforzate le **unità mobili** (costituite da un'infermiera e da un agente comunitario per la salute) per raggiungere anche le aree più isolate, prevenire la malattia con la fornitura di zanzariere più resistenti, diagnosticarla con test più rapidi e contrastarla con terapie più efficaci. Una seconda fase del progetto sarà avviata nell'aprile del 2019, grazie a un finanziamento del **Global Fund**.

In **Zimbabwe**, invece, è proseguito un progetto specifico e integrato (***Child Aid Malaria***) di contrasto alla malaria, con l'obiettivo di assicurare supporto di base (in termini di alimentazione e di cure) ai bambini di queste comunità più povere, spesso orfani.

Tabella 8. **PREVENZIONE HIV/AIDS E MALARIA**

Luogo: Angola, Namibia, Malawi, Mozambico e Zimbabwe

Contributo economico: 276.079,9 €

Principali risultati*:

- **290.842** persone sottoposte al test per la malaria in Angola, Zimbabwe e Namibia
- **4.748** prostitute raggiunte per effettuare il test dell'HIV grazie al programma *TCE* in Mozambico
- **2.631** agazze adolescenti formate su come prevenire l'HIV con il programma *HOPE in schools* in Malawi
- **144.370** persone sottoposte al test dell'HIV grazie al programma *HOPE* in Mozambico

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

[2] In particolare nelle città di Cuangar, Calai, Dirico e Rivungo e nelle località di Curoca, Ombadja e Namacubde.

[3] Nelle province orientali e occidentali di Kavango, Ohangwena e Omusati.

5.2.4 Agricoltura e sicurezza alimentare

17,7 %

237 milioni di persone nell'Africa subsahariana soffrono di denutrizione cronica[4] e dipendono principalmente dalle attività agricole per la propria sopravvivenza.
Grazie ai programmi ***Farmers' Clubs***, HUMANA supporta i piccoli coltivatori con lo scopo di **ridurre la povertà**, **combattere l'insicurezza alimentare** e **garantire accesso al cibo**. Questi obiettivi sono perseguiti mediante percorsi formativi sulle tecniche di agricoltura sostenibile, in grado di diversificare e incrementare la produttività dei terreni e su come avviare attività commerciali, basate sul surplus agricolo.
In **Namibia** è proseguito, concludendosi a giugno 2018, il progetto sostenuto dalla **Fondazione Nando ed Elsa Peretti**, a sostegno di **100 donne del distretto di Kavango**. L'intervento mira a favorire la parità di genere in 4 gruppi di sviluppo agricolo e ad abbattere le barriere sociali ed economiche che limitano la capacità produttiva delle donne.
In **Malawi**, in collaborazione con **Tavola Valdese**, HUMANA ha sostenuto il progetto ***SCA-Screening, Cura e Alimentazione***, che si pone come obiettivo quello di contrastare l'elevato tasso di malnutrizione infantile e di salvare le vite dei bambini da 0 a 2 anni della **comunità di Liwonde**, nel distretto di **Machinga**.
Lo staff locale è formato sulla diagnosi precoce della malnutrizione per assicurare, grazie anche a visite a domicilio, le cure necessarie e pappe ad alto valore energetico e nutrizionale ai bambini in cura. A ciò si aggiungono, inoltre, attività di counselling per le mamme incinte o in allattamento, per sensibilizzarle sullo svezzamento e sull'importanza di un'alimentazione equilibrata e sana, per se stesse e per i propri bambini.
In questo ambito di intervento rientrano anche i progetti di **accesso alle energie rinnovabili**, quali l'energia solare o l'utilizzo del biogas in sostituzione della combustione della legna.



Tabella 9. **AGRICOLTURA SOSTENIBILE E SICUREZZA ALIMENTARE**

Luogo: Malawi, Mozambico e Namibia

Contributo economico: 273.299,0 €

Principali risultati*:

- **19.354** contadini coinvolti nei 5 *Farmers' Clubs* in Malawi, Mozambico e Namibia
- **370.000** alberi piantumati nelle province in Mozambico
- **63.800** semi di macadamia distribuiti in Malawi
- **6.000** mamme coinvolte in 60 gruppi di supporto e 50 casi di malnutrizione identificati, grazie al progetto *SCA* in Malawi

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

[4] FAO - *Africa Regional Overview of Food Security and Nutrition* (2018).

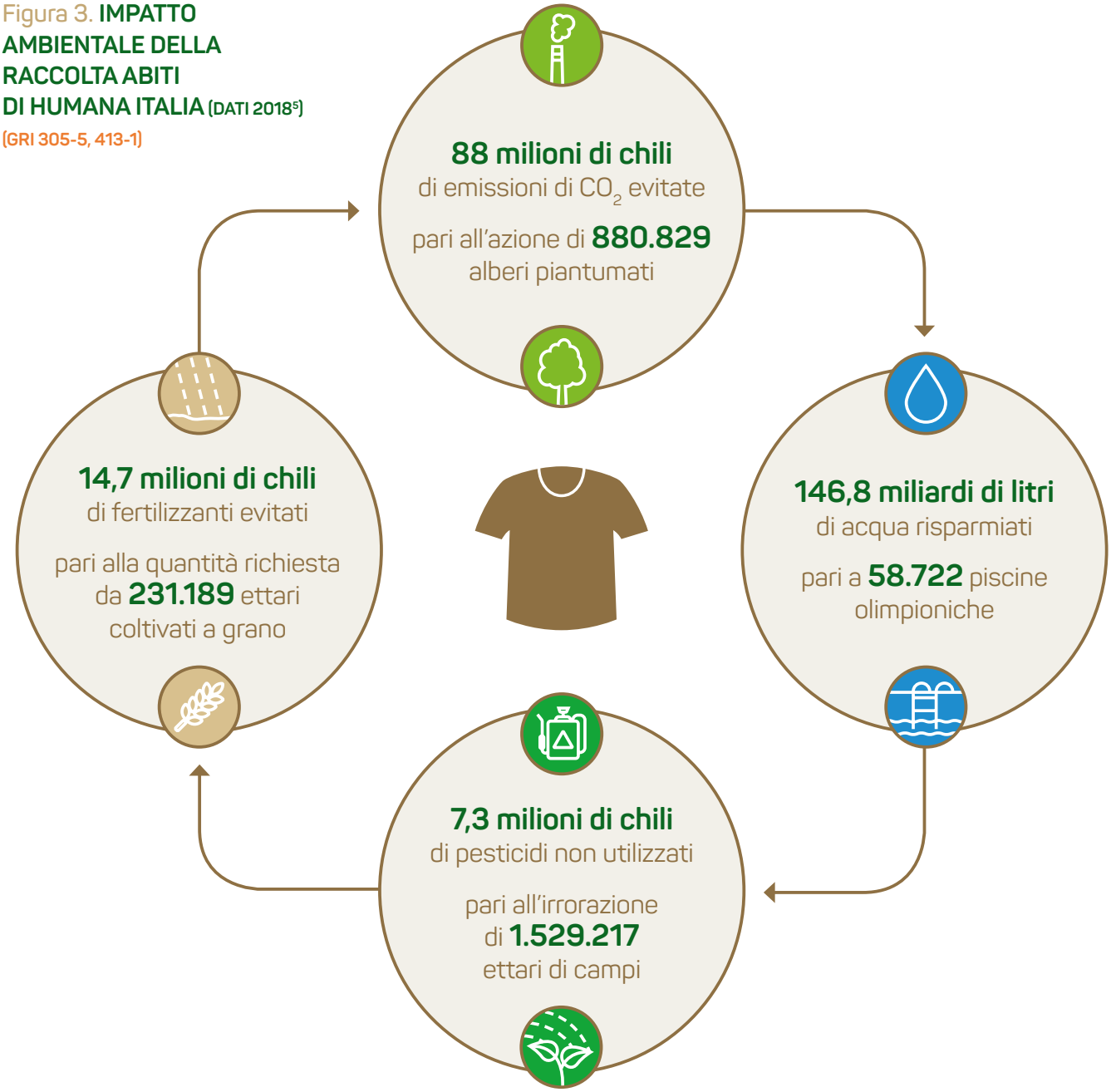
5.3 IMPATTO AMBIENTALE POSITIVO

"Piccoli gesti che trasformano il mondo". Questo il nostro payoff, che nasce dalla consapevolezza degli impatti derivanti da un'azione apparentemente di poco valore: la donazione di un sacchetto di abiti. Se questo sacchetto è inserito in un contenitore di HUMANA, l'impatto del gesto è decisamente maggiore di quello immaginato.

I vestiti considerati ormai inutili divengono, infatti, una risorsa economica per realizzare interventi di sviluppo nel Sud del mondo e azioni sociali in Italia; permettono un risparmio economico legato al mancato conferimento in discarica; generano una filiera che crea occupazione (si veda pag. 29) e, in aggiunta, fanno bene all'ambiente grazie alla riduzione dei consumi di terra, acqua, fertilizzanti e pesticidi e alla mancata emissione di CO2, normalmente inevitabili per la produzione di nuovi capi.

È così che il piccolo gesto assume una dimensione quasi portentosa: non elimina nulla, ma anzi ne moltiplica il potenziale con effetti inattesi, capaci di dare nuove opportunità a persone e cose (GRI 103-1).

Figura 3. **IMPATTO AMBIENTALE DELLA RACCOLTA ABITI DI HUMANA ITALIA** (DATI 2018[5]) (GRI 305-5, 413-1)



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

5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale (GRI 103 1-2-3)

> **Un impegno costante e integrato nel contrastare il cambiamento climatico**

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

Linee guida in tal senso sono anche i Sustainable Development **Goals dell'ONU** (si veda pag. 18), in particolare il **12** e il **13** riguardanti "Il consumo e produzione responsabili" e le "Azioni di lotta al cambiamento climatico". L'attività di HUMANA, in Italia e nel mondo, contribuisce a ridurre la produzione di rifiuti, mediante il riciclo e il riutilizzo degli abiti: si tratta di un primo e indispensabile gesto concreto nella lotta al cambiamento climatico. Al contempo, gli interventi sociali realizzati nel Sud del mondo contribuiscono, in modo diretto o indiretto, agli obiettivi previsti dai Goals in ambito sociale: **4** "Istruzione di qualità"; **6** "Acqua pulita e servizi igienico-sanitari"; **8** "Lavoro dignitoso e crescita economica"; **10** "Riduzione delle disuguaglianze".

PROGETTI SOCIALI E IMPATTO AMBIENTALE

I progetti di HUMANA in Italia e nel Sud del mondo, siano essi interventi di sviluppo o di sensibilizzazione, prevedono frequentemente uno o più componenti di tutela ambientale. In taluni casi si tratta di **interventi scolastici**, quindi a impatto indiretto sull'ambiente, rivolti a bambini e a ragazzi, sollecitati alla massima consapevolezza ambientale; in altri, invece, di un impegno concreto per la protezione degli ecosistemi, la preservazione delle risorse e l'utilizzo, nei progetti stessi, di strumenti a basso impatto ambientale. Si pensi, ad esempio, ai programmi *Farmers' Clubs* ideati proprio in ottica di sostenibilità e di mitigazione degli effetti del cambiamento climatico già in atto. Il ricorso alla coltivazione biologica, all'irrigazione a basso tasso di evaporazione, alla semina di colture ad alta resistenza climatica o, ancora, all'introduzione di impianti di produzione di energie rinnovabili e biogas, sono solo una parte delle azioni previste. HUMANA intende così contribuire allo sviluppo della resilienza delle comunità ad alto rischio, contrastando gli effetti dei cambiamenti climatici e cercando di ridurre il problema della migrazione ambientale. L'impatto è indiretto per quanto riguarda la formazione erogata ai coltivatori, mentre è diretto se si considera l'utilizzo degli orti modello, nell'ambito dei quali i contadini mettono in pratica quanto appreso.

Anche lo sviluppo del turismo sostenibile, attraverso il nostro programma di Vacanze Solidali (si veda pag. 68), contribuisce a creare posti di lavoro e a promuovere la cultura e i prodotti locali, ottenendo così indirettamente un effetto di preservazione ambientale.

L'attenzione al pianeta non riguarda solo il Sud del mondo, ma anche l'**Italia**. Nel 2018, HUMANA ha dato vita a un intervento di agricoltura sociale, il progetto ***3C Coltiviamo il Clima e la Comunità*** (si veda pag. 69), che incoraggia la partecipazione cittadina a favore di uno sviluppo locale più inclusivo, ma anche più



sostenibile. In quest'ottica, il percorso formativo per gli attivisti comprende lezioni frontali su diversi argomenti tra i quali l'ecologia, l'agricoltura biologica, il cambiamento climatico, il riciclo e la lotta allo spreco. La coltivazione del campo avviene senza l'utilizzo di pesticidi e fertilizzanti chimici, avvalendosi di tecniche rispettose dell'ambiente a garanzia di una produzione biologica e sana, con un impatto ambientale diretto. Al suo interno è stata creata una zona espressamente dedicata alla conservazione della biodiversità e nel prossimo futuro verrà realizzata un'area per il compostaggio dei rifiuti vegetali. I frutti della terra rimangono ai volontari, che hanno così la possibilità di consumare verdura sana e di stagione a chilometro zero.



I NOSTRI CONSUMI

Dalle analisi ambientali svolte nel corso del tempo, emerge che i principali impatti negativi generati dalla nostra attività (GRI 305-5) sono quelli derivanti dalle **emissioni di CO2** dei mezzi usati per la raccolta abiti, motivo per cui prestiamo la massima attenzione alla gestione e al monitoraggio di questi dati.

I consumi di carburante, che si traducono in emissioni di CO2, sono registrati puntualmente e sono oggetto di analisi settimanale. Per poter ridurre tale valore, in relazione ai chilogrammi raccolti, abbiamo compiuto un grosso sforzo per **rinnovare la nostra flotta mezzi**, con la sostituzione di quelli più vecchi e l'inserimento di camion nuovi con minor impatto inquinante (incluso un mezzo a metano); inoltre, con i nostri sistemi di pianificazione della logistica cerchiamo di migliorare quotidianamente l'efficienza della nostra flotta tramite percorsi di svuotamento dei contenitori più brevi e meno inquinanti.

Il nostro obiettivo per il 2018 era quello di contenere l'emissione di CO2 a 706.134 chili, in relazione alla raccolta prevista (22.947.000 chili). I dati al 31 dicembre mostrano una riduzione delle emissioni superiore al target stabilito: esse ammontano infatti a **676.410 chili** a fronte di una raccolta effettiva di 24.467.476 chili di abiti (dato inclusivo degli abiti raccolti per AMA Roma - si veda Figura 5, a pag. 51), ovvero il **4,2% di emissioni in meno rispetto al target**. Tale dato risulta quindi in costante discesa rispetto agli anni precedenti, per cui si passa da un'incidenza del 3,11% di chili di CO2 emessa per ogni chilo di abiti raccolto nel 2016, al 2,86% nel 2017 e al 2,76% nel 2018.

Il risparmio di emissioni di CO2 del 2018 è quindi inferiore di 94.095 chili rispetto all'anno precedente, con un decremento dell'1,1% d'incidenza per ogni chilo raccolto.

La raccolta degli abiti, oltre a prevedere consumo di carburante e quindi emissioni di CO2, comporta anche l'uso di plastica. Gli abiti raccolti, e successivamente anche quelli smistati, sono infatti inseriti in appositi balloni o sacchi, utili alla movimentazione e al trasporto. Nel 2018 il consumo di plastica ammonta a 99.156 chili, il 19% in più rispetto al 2017. Tale incremento è motivato dall'aumento dei chili raccolti e da un processo di ulteriore cura degli abiti trattati: i vestiti cosiddetti "sfusi", ovvero donati nei contenitori senza essere inseriti in sacchetti, vengono insacchettati da HUMANA per tutelarne l'integrità (GRI 301-1).

CLIMATE CHANGE ACTION GROUP

Nell'ottica di rafforzare ulteriormente il proprio impegno verso la tutela ambientale e consolidare le politiche interne volte alla sostenibilità, nel 2019 HUMANA prevede di costituire un "**Gruppo d'azione contro il cambiamento climatico**". L'invito sarà rivolto ai dipendenti di HUMANA che desiderano attivarsi per sensibilizzare gli altri, o per mettere in campo pratiche virtuose in grado di generare benefici per l'ambiente e quindi contrastare i drammatici effetti del cambiamento climatico. L'adesione sarà su base volontaria e il gruppo si riunirà una volta al mese durante l'orario di lavoro, con l'obiettivo di redigere delle proposte concrete da presentare al Comitato Direttivo, che ne valuterà la realizzazione. L'attenzione sarà rivolta alle pratiche quotidiane condotte dal personale (es. raccolta differenziata attuata correttamente e riduzione dei consumi di carta ed energia elettrica), fornendo suggerimenti per semplici gesti che ciascuno possa compiere nelle ore lavorative, ma anche privatamente, oppure a iniziative più articolate e strategiche per l'intera organizzazione.

EVENTI E INIZIATIVE

Anche nel 2018 HUMANA Italia ha partecipato alla **Settimana Europea per lo Sviluppo Sostenibile** (ESDW), iniziativa promossa da alcuni Paesi dell'UE e alla **Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti** (SERR) promossa dalla Commissione Europea. Nel primo caso la raccolta degli abiti effettuata tra il 30 maggio e il 5 giugno sarà utilizzata a favore dei progetti *Farmers' Clubs* in Malawi e Mozambico. Per l'occasione si sono tenute diverse raccolte straordinarie di indumenti in collaborazione con Banco BPM e con le aziende Esprinet, KPMG, PwC, Reale Mutua e SAP.

A novembre, in occasione della SERR, HUMANA ha invece promosso una raccolta di abiti straordinaria presso i sette negozi solidali Vintage e Second Hand e nelle aziende sopracitate, alle quali si sono aggiunte CNP Vita, Icis, LW e Bridgestone.

Tabella 10. **PROGETTI PER LE PERSONE E PER L'AMBIENTE: I NOSTRI OBIETTIVI**

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Garantire un servizio di raccolta indumenti sempre più attento alla riduzione degli impatti ambientali collegati allo svolgimento della nostra attività.		Introdotto il primo mezzo a gas e ridotti di circa il 4% i consumi di carburante (chilometri/tonnellate raccolte).	Introdurre veicoli con minor impatto ambientale e ottimizzare i consumi (in termini di chilometri/tonnellate raccolte), contenendo le emissioni di CO2 al di sotto degli 856 mila chili (in modo proporzionale alla raccolta abiti).
			Favorire lo sviluppo di una cultura interna a HUMANA maggiormente rivolta al risparmio energetico e alla sostenibilità.
			Avviare il progetto *Bambà* in Brasile per favorire lo sviluppo e l'empowerment socio-economico di 50 donne Quilombola e migliorare le condizioni di vita di c.a. 1.000 persone delle comunità locali, preservando l'ambiente naturale.
			Dare maggiore visibilità agli interventi realizzati nel Sud del mondo con eventi dedicati.
			Rendere più evidente la nostra la nostra vocazione ambientale, come intrinseca e necessaria al benessere umano, specie per le popolazioni più povere.
			Migliorare il posizionamento di HUMANA nel mondo della cooperazione internazionale, anche grazie alla partecipazione a tavoli e a iniziative dedicate.

 Obiettivo raggiunto

 Obiettivo parzialmente raggiunto

 Obiettivo non raggiunto



#HUMANA

6.1 COMUNICHIAMO IL NOSTRO IMPEGNO

Desiderosi di raccontarci, ma certamente anche in dovere di farlo.
In primis verso i nostri sostenitori, ovvero i cittadini che ci donano abiti e contributi; le aziende nostre partner e le istituzioni, che collaborano alla realizzazione dei progetti erogando fondi.
A questi si aggiungono gli enti che ci affidano il servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti, i volontari, i clienti dei negozi, i clienti all'ingrosso, i fornitori, gli interlocutori tecnici e di categoria e le associazioni locali con le quali collaboriamo.
A tutti loro rendicontiamo e trasmettiamo il nostro impegno e i risultati raggiunti.
Naturalmente, un'attenzione particolare è riservata allo **staff di HUMANA Italia**. Quest'ultimo, costantemente aggiornato e coinvolto, è al centro di azioni specifiche di comunicazione interna, a partire dall'"induction" iniziale (1.237,5 ore nel 2018, incluse nella formazione non obbligatoria - si veda pag. 35) per passare poi alla distribuzione dell'*house organ* bimestrale "La Bacheca", fino agli incontri periodici di aggiornamento sulle attività in corso. In occasioni speciali, quali, ad esempio, il ventesimo anniversario festeggiato proprio nel 2018, alcuni collaboratori hanno avuto anche la possibilità di visitare i nostri progetti nel Sud del mondo (si veda pag. 33).
Il principale strumento di rendicontazione è il **Bilancio di Sostenibilità**, che riporta l'impatto sociale, ambientale ed economico del nostro lavoro.

Figura 1.
NUMERO DI FOLLOWER SUI CANALI SOCIAL

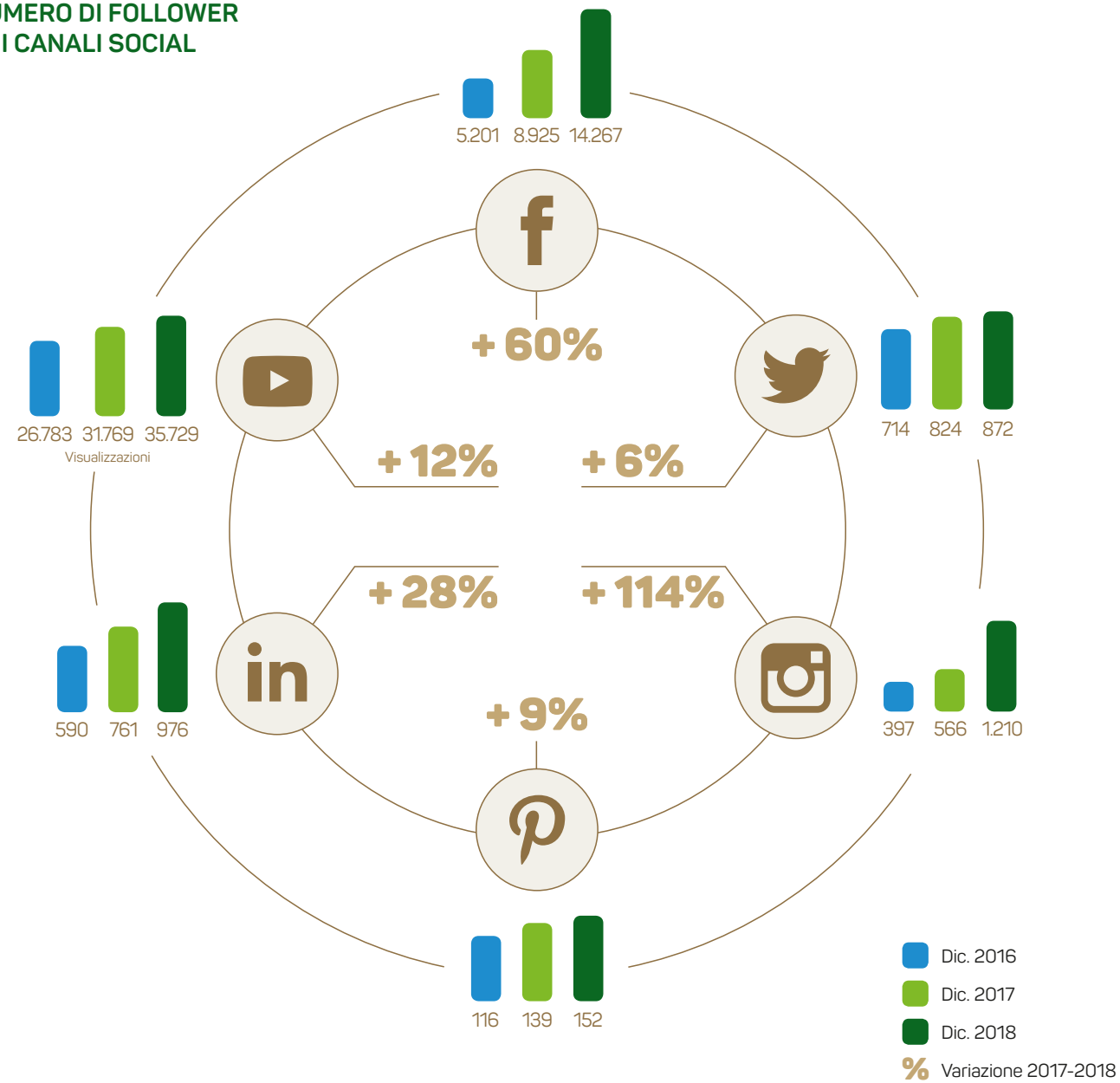
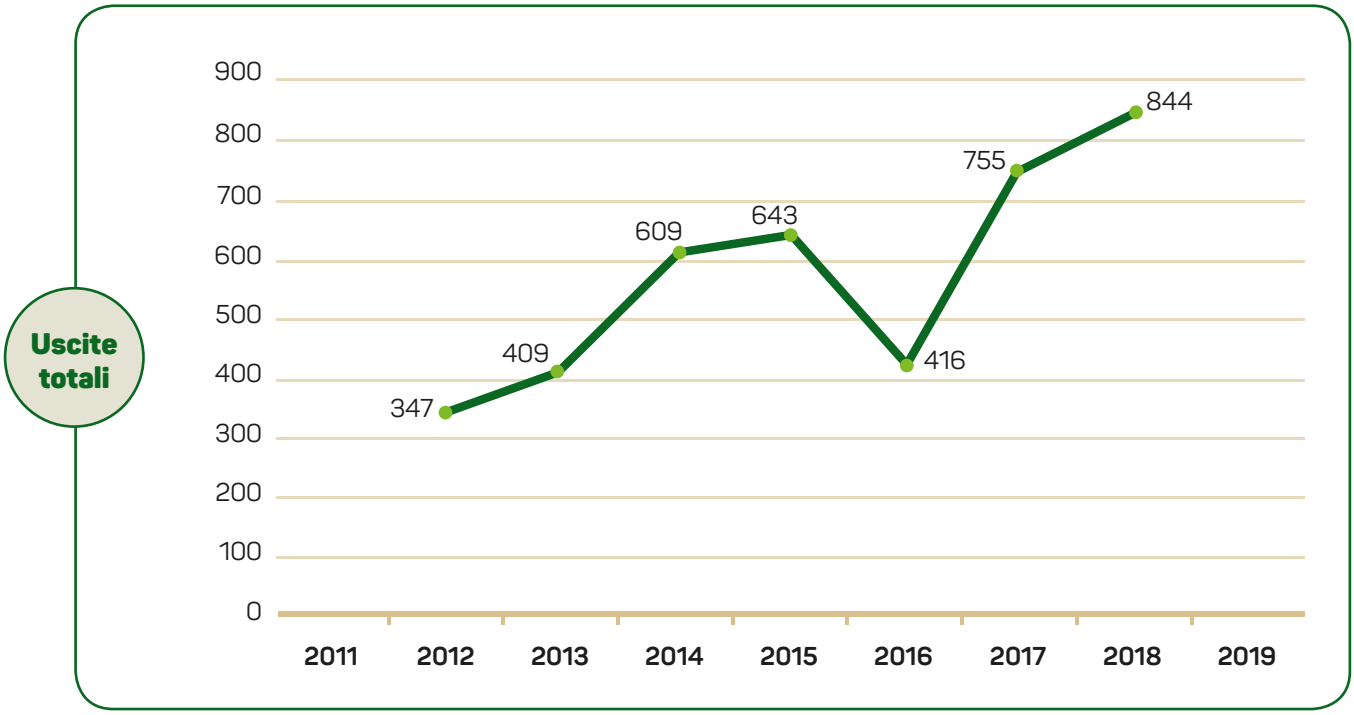


Figura 2. **ANDAMENTO USCITE RASSEGNA STAMPA**



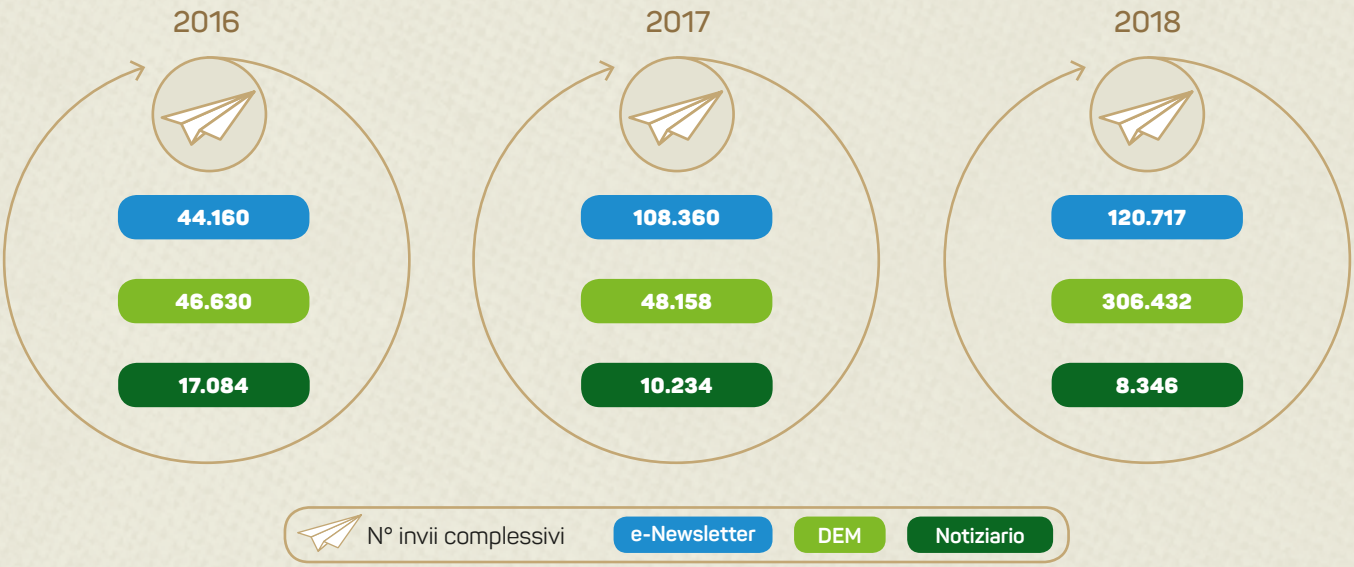
Alla fine del 2018 è andato online il **nuovo sito istituzionale**, il cui completamento è previsto nei primi mesi del 2019. Il portale, oltre a presentare l'intero operato di HUMANA Italia, cerca di coinvolgere tutti coloro che potrebbero stare al nostro fianco per i progetti di cooperazione, le attività sociali in Italia, le campagne di sensibilizzazione e di raccolta fondi.

Si aggiungono poi i siti dedicati alla raccolta abiti, al Sostegno a Distanza, ai negozi o al progetto *Clothes for love*. I canali social e le uscite stampa, inoltre, permettono di presentare la varietà delle nostre iniziative, i valori, i risultati e le campagne.

La comunicazione di HUMANA Italia gode sempre più di input informativi e di supporto dalla Federazione Internazionale HUMANA.

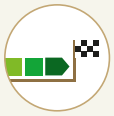
Ogni informazione, dato, presentazione o racconto è orientato alla **trasparenza**, all'**engagement** e alla **garanzia sulla nostra mission**, ovvero i principi guida di tutta la comunicazione di HUMANA.

Figura 3. **E-NEWSLETTER, DEM E NOTIZIARIO**



I dati sono calcolati moltiplicando il numero di spedizioni effettuate (nel 2018, 9 e-Newsletter, 19 DEM, 2 Notiziari) per il numero di indirizzi utilizzati.

Tabella 1. **#HUMANA: I NOSTRI OBIETTIVI**

PRINCIPALI OBIETTIVI 2018		PRINCIPALI RISULTATI 2018	PRINCIPALI OBIETTIVI 2019
Rendere le informazioni del portale della raccolta abiti sempre più mirate e differenziate per donatori ed enti partner.		Aggiornati e perfezionati alcuni contenuti. Il lavoro è costantemente in progress.	Creare una pagina "Affidamenti" nella sezione "Collabora con noi" del sito per condividere informazioni tecniche e normative sull'affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero degli abiti.
Mettere online il sito istituzionale.		È stato pubblicato il nuovo sito istituzionale a dicembre, con una struttura più adeguata a rappresentare le attività e gli obiettivi dell'organizzazione.	Completare le sezioni e i contenuti entro maggio.
Incrementare la comunicazione territoriale attraverso azioni di comunicazione integrata.		Avviata una procedura collegata a un budget dedicato. Comunicati stampa, strumenti cartacei, rubrica dedicata sui social network, sulla e-Newsletter e sul sito della raccolta abiti (107.000 cittadini potenzialmente raggiunti).	Assicurare la massima attuazione delle azioni di comunicazione in correlazione a ciascuna nuova convenzione o accordo rinnovato nell'ambito del servizio di raccolta indumenti.
Redigere il Bilancio di Sostenibilità 2017 secondo i nuovi Standards e con sempre maggiore precisione di rendicontazione.		Il Bilancio di Sostenibilità 2017 è stato redatto quasi del tutto internamente, secondo i nuovi GRI Standards.	Realizzare il Bilancio di Sostenibilità 2018: i contenuti saranno stabiliti a seguito del rifacimento della matrice di materialità.
Mantenere e incrementare il presidio dei mass media che consentono diffusione della nostra mission e delle specifiche attività.		La presenza sui mass media nel 2018 è aumentata dell'11,8% rispetto all'anno precedente.	Mantenere i livelli di visibilità acquisiti delle nostre iniziative e dei nostri messaggi sui mass media.
Realizzare una campagna di comunicazione corporate per affermare e consolidare il posizionamento di HUMANA.		Non è stato possibile realizzare la campagna di comunicazione corporate sia per ragioni organizzative sia per mancata conclusione del nuovo layout dei contenitori degli abiti, alla quale la campagna è collegata.	Completare il nuovo layout dei contenitori e impostare la campagna di comunicazione collegata da realizzare all'inizio del 2020.

 Obiettivo raggiunto

 Obiettivo parzialmente raggiunto

 Obiettivo non raggiunto


SINGER

Avvenire
24 marzo 2018

Incinta, malata di tumore, respinta in Italia

IN MORTE DI B.S. NÉ TIMBRO NÉ PIETÀ, MA UN FIGLIO



di Marina Corradi

Veniva dall'Africa, era approdata con chissà quale miserabile odissea di deserto e di mare in Europa – nella civile, tanto sognata Europa. Aveva, che le cresceva in grembo, un bambino di pochi mesi: e, dentro, oltre al bambino un nemico, un grave linfoma, un tumore. La vita e la morte crescevano dunque insieme in B.S., 31 anni, nigeriana. Quanto deve sfinire, una simile frontale battaglia. Ma lei, che immaginiamo ostinata, forte di speranza e di disperazione, non si arrendeva. Arrivata in Piemonte si era decisa per la traversata delle Alpi: in questi giorni di acerba fredda primavera, di neve ancora, di Burian che soffia, lassù, gelido e nemico. Oltre la catena di quelle vette candide e immense, le avevano detto, c'è la Francia. Forse aveva pensato che una simile barriera doveva proteggere un Paese meraviglioso. Dove sarebbe nato il suo bambino, dove, forse, l'avrebbero saputa anche curare. Certo, sapeva che i gendarmi Bloccano i migranti e li risospingono indietro. Ma magari pensava che per una donna gravida, in mano le carte che dimostravano che era molto malata, si sarebbe aperto uno spiraglio di pietà. Magari quel giorno il gendarme di turno sarebbe stato un padre, un brav'uomo, e non ce l'avrebbe fatta a dire di no. Lei, comunque, doveva tentare.

Possiamo immaginarci la frontiera di Bardonecchia, a pochi metri dalla linea del sospirato confine. I migranti in attesa, nerissimi i volti sul bianco della neve; e i cuori, i battiti del cuore non si sentono, ma quanto rumore fanno, in certe ore. La giovane nigeriana forse era animata da una irrazionale speranza. O forse, da ciò che credeva di aver capito in tv dell'Europa, non le sembrava un posto dove respingono le mamme incinte e malate di cancro. Il suo sorriso si deve essere spento al lento scrollare il capo di un funzionario: no, non esistono gli estremi, avrà detto quello, e poi avrà calato brusco un qualche timbro sui fogli, con un colpo secco che diceva: "no".

Soccorsa dai volontari di "Rainbow4 Africa", la migrante è stata portata all'ospedale Sant'Anna di Torino. Ha partorito il suo bambino prematuro, piccolissimo, con il cesareo, e poi è morta. Il bambino pesa solo 700 grammi, ma è vivo: un miracolo. Forse ce la farà. E forse fra vent'anni potrà raccontare di come fu, che venne al mondo: da una mamma partita per miseria dal cuore dell'Africa, che traversando il deserto, e chissà se libera o costretta, una notte lo concepì. Poi ci fu il mare, e il grande viaggio fra le onde, e quei due, madre e figlio, già stretti insieme. Inconsapevoli forse ancora, del nemico maligno che li incalzava. E infine l'Italia, il sollievo di un mondo libero, e cibo, e cure, finalmente. Ma B.S. doveva andare in Francia. La aspettavano, forse, laggiù. «Non passerai, ti manderanno indietro», le ripetevano i compagni di viaggio. E lei invece serena, lei pronta a ogni sfida – col coraggio che una donna trova, quando combatte per un figlio.

Dopo un'odissea di deserto e di mare finalmente l'Europa, la civile, tanto sognata Europa Ma la speranza che per il suo stato di madre e di malata qualcuno si muova a pietà s'infrange al confine con la Francia

Ma, a fronte di questa impresa temeraria e infinita, alla frontiera francese solo quel funzionario che a stento la guardava in faccia (ai suoi occhi lei una dei tanti, una dei mille). Il ventre grosso, le carte dei medici che accertavano il tumore, quei due occhi neri piantati sul volto del gendarme. Una lieve scossa del capo, l'urto duro del timbro: "respinta". Avanti un altro.

Il grande, meraviglioso Paese dietro le catene innevate non si è aperto per B.S. e il suo bambino, né per la sua malattia. La Legge, probabilmente, è salva. Ma quella madre è morta, e chissà se salva è anche la coscienza della Francia, e dell'Europa. E chissà, se stiamo zitti, se siamo salvi noi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

la Repubblica
1 marzo 2018

Il piano

Coperte e rifugi l'accoglienza per i senzatetto è alle corde

LUCA MONACO

Il gelo torna a far paura. Ieri, con la minaccia di una nuova nevicata, si è intensificata l'azione delle associazioni del volontariato impegnate ormai da cinque giorni nel soccorso dei 7mila senza dimora romani. Da Trastevere a Ostia, i dormitori sono pieni da giorni. I 100 volontari della Croce Rossa (Cri) impegnati su strada hanno battuto il centro e le periferie per portare assistenza, cibo, bevande calde ai troppi senza casa che hanno trascorso la notte all'addiaccio.

«A partire da domenica scorsa – spiega la presidente della Cri di Roma, Debora Diodati – abbiamo incrementato l'offerta nelle nostre strutture di 160 posti: adesso ospitiamo 450 persone». Qualunque sforzo non riesce però a colmare il fabbisogno: «Intorno alla stazione Termini, ma anche a Rebibbia e al Tiburtino ci sono tante persone in strada – aggiunge Diodati – non vogliono abbandonare l'angolo che si sono conquistati nel tempo. Del resto sono anni che Roma non ha una vera pianificazione di sostegno ai senza dimora». La Comunità di Sant'Egidio ha raccolto 2mila coperte donate dai romani in meno di una settimana. Non solo. «Centinaia di cittadini – fa sapere la Comunità – si sono voluti unire ai nostri gruppi di sostegno in ogni quartiere».

Ieri il Campidoglio ha ricevuto in dono dall'organizzazione umanitaria "Humana people to people Italia" altre 4.250 coperte, igienizzate e impacchettate «da 20 migranti ospiti nei centri Sprar di Roma – spiega l'assessora alle Politiche sociali del Comune, Laura Baldassarre – Stiamo assistendo a una vera gara di solidarietà, frutto di una preziosa sinergia tra istituzioni, cittadini, associazioni». Il Comune ha attivato altri 100 posti letto: 10 posti al Macro, i restanti in altre tre strutture sportive: il Centro paralimpico tre fontane (50 posti), il centro sportivo Roma uno (20 posti), il Bocciodromo federale (20 posti).

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Sabato
24 Marzo 2018

www.avvenire.it
Un'azienda agricola minacciata dalla mafia, «4 fimmine» rimaste sole: ma ora si riparte / Videostoria di P. Cicciola

AFRICA / UN PROGETTO DI FORMAZIONE DEGLI INSEGNANTI RURALI

Nella Barbiana del Malawi la dignità genera sviluppo

Così i poveri diventano protagonisti del cambiamento



di Francesco Gesualdi

Procediamo per una strada sterrata, rossa e polverosa. Ai due lati campi di mais visibilmente sofferenti: piante rade, basse e mezze secche. I contadini lamentano una stagione delle piogge avara di acqua, chiaro effetto dei cambiamenti climatici. Siamo in Malawi, un terzo dell'Italia, paese incuneato fra Zambia e Mozambico. L'80% della popolazione vive in campagna, potremmo proprio dire che Cristo si è fermato a Biantayre, cittadina del sud in cui ci troviamo. In città, la povertà la cogli se hai la capacità di abbandonare le grandi arterie: allora ti trovi di fronte a casupole con pareti in terra battuta e tetto con materiale recapezzato in discarica: pezzi di lamiera, plexiglass, plastica, tenuti fermi da pietre, in lotta perenne contro il vento che batte particolarmente forte quando si preannuncia un temporale. E se hai il coraggio di andare oltre, allora in mezzo ai ragnoli di acqua putrida, chiare fogne a cielo aperto, ti ritrovi nel bel mezzo di mercati rionali formati da banchetti allestiti per terra con ogni genere di mercanzia: dai mango al pesce secco, dalla legna da ardere agli abiti usati, unico punto di contatto con la ricca Europa.



In campagna, la povertà ti si fa incontro da sola. Mentre l'auto procede, incontri donne e bambini di ritorno dalla fontana con il loro prezioso carico di acqua in testa. Le donne colpiscono per i loro vestiti variopinti, ma i bambini per la loro magrezza, per i loro pantaloncini e canottiere strappate, per i piedi scalzi, al massimo protetti da ciabatte infradito. Di quando in quando il segno di qualche assembramento commerciale. Ai due lati della strada, chi esibisce una serquia di uova, chi una gallina, chi qualche papaya, e dietro, a ricordare che si tratta di mercati permanenti, piccoli tuguri, bui e scalcinati, che solo dalle scritte esposte direttamente sulle pareti, capisci che vogliono essere macellerie, punti di conforto telefonico, barbieri, addirittura saloni di bellezza. Di elettricità nessun segno, se non qualche raro e minuscolo pannello solare. Per l'acqua va già bene quando in un angolo scorgi una pompa a mano.

Qui nel centro dell'associazione Dapp i giovani stanno ricevendo una formazione per essere insegnanti elementari e animatori sociali capaci di aiutare le comunità a risolvere le nuove sfide ambientali ed economiche. Grazie a nuove conoscenze e a una maggiore solidarietà

Impietosa, la nostra auto procede sobbalzando su un fondo stradale pieno di solchi e dopo un tratto fra due alti di fitta vegetazione, che poi risulta essere una piantagione artificiale di eucalipti, all'improvviso un ampio cancello. Un guardiano si fa incontro per sapere chi siamo e riconosciuto il nostro accompagnatore ci spalanca la strada verso l'interno. Un cartello ci avvisa che siamo in uno dei quattro istituti che l'associazione Dapp gestisce in Malawi per la formazione di insegnanti rurali. Mentre scendiamo dall'auto, sentiamo già il benvenuto intonato dal coro degli studenti: ragazze e ragazzi sulla ventina che hanno deciso di dedicare la loro vita professionale all'elevazione culturale dei bambini delle campagne. E non solo. Parlando con loro scopriamo che stanno ricevendo una formazione per essere sia insegnanti elementari sia, addirittura, animatori sociali capaci di aiutare le comunità rurali a risolvere le sfide ambientali ed economiche che sempre di più si parano davanti a loro, attraverso nuove conoscenze e una più stretta solidarietà di villaggio. È la strategia dell'empowerment che significa mettere i poveri in condizione di gestire essi stessi il proprio cambiamento.

Dapp, che sta per "Aiuto allo sviluppo da persona a persona" è un'organizzazione non governativa attiva dagli anni 90 del Novecento che riesce ad andare avanti grazie a un mix di contributi di origine pubblica, privata e commerciale che la rende particolarmente interessante anche sotto il profilo finanziario. Il suo partner pubblico è il Governo del Malawi, mentre il suo principale partner privato è Humana, una realtà ormai estesa a livello mondiale, che ha come missione il sostegno a organizzazioni africane, asiatiche e latinoamericane, che cercano di promuovere lo sviluppo umano delle fasce più povere in un'ottica di sostenibilità. E se la strategia di sviluppo umano si fonda sulla convinzione che i poveri sanno trovare essi stessi la soluzione ai loro problemi purché aiutati ad arricchire le proprie conoscenze e a rinsaldare i vincoli di comunità, la strategia finanziaria di Humana, che poi si estende anche a Dapp, consiste in un'attività industriale a sfondo ambientale.

Di fatto Humana trasforma in aiuto allo sviluppo lo spreco del Nord, ossia gli abiti che noi gettiamo. Un rifiuto che solo in Italia ammonta a 240mila tonnellate all'anno di cui solo la metà è raccolta in forma differenziata. Humana riesce a raccogliere 20mila tonnellate, che in parte rivende nei propri negozi italiani ed europei, in parte invia ai propri partner del Malawi e di altri Paesi dell'Africa, affinché possano procurarsi, localmente e in forma autonoma, denaro per i propri progetti. In effetti, Dapp rivende in loco gli abiti che riceve in dono dall'Europa, in parte al dettaglio tramite negozi propri, in parte all'ingrosso rifornendo i negozianti di abiti usati. Insomma, la triangolazione messa in piedi cerca di mettere a disposizione dei poveri soldi versati dai poveri stessi riciclando lo spreco del Nord. Una formula che sicuramente pone qualche domanda da un punto di vista politico e della proposta economica, ma che ha il merito di avere permesso a progetti importanti di autofinanziarsi migliorando la vita di oltre 15 milioni di persone a livello mondiale.

In Malawi i progetti di Dapp solo formalmente sono divisi in progetti di tipo agricolo e di tipo educativo. Di fatto sono gli uni la continuazione degli altri, perché in ambito agricolo l'attività comprende anche la disseminazione di nuovi saperi, mentre in ambito educativo l'attività comprende anche l'allenamento a risolvere i problemi esistenti. Una linea pedagogica in perfetta sintonia con la scuola di Barbiana e la proposta di Paulo Freire. In occasione della nostra visita alla scuola per maestri, gli studenti erano orgogliosi di raccontarci che non si limitano a studiare aspetti teorici, ma che fanno anche pratica di responsabilità non solo dando mano nell'orto, nelle pulizie, nella cucina, ma anche allevando piantine di alberi di alto fusto che poi mettono a dimora come contributo contro i mbiamenti climatici. E l'aspetto interessante è propongono questa stessa iniziativa ai villaggi ostanti affinché facciano altrettanto anche loro.

pporto di integrazione fra scuola e società lo ota, del resto, anche dal fatto che il amma prevede uscite continue per conoscere blematiche vissute dalla gente e fare pratica nazione comunitaria. Esperienze che poi si o estremamente preziose quando, una volta , questi giovani uomini e giovani donne o confrontarsi con scuole rurali che 80 bambini per classe, senza banchi, senza n strutture così fatiscenti per cui fare tto l'ombra di un albero è quasi meglio mura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Calcio&politica, la dannazione della sconfitta inutile

opzione zero



di Francesco Delzio

La Nazionale di calcio e il Partito Democratico. Una "strana coppia" che diventa paradigmatica in questa fase della vita pubblica italiana. Unita da un elemento decisivo in comune: la non-gestione della sconfitta. «In Occidente non esiste la cultura del perdente, solo l'esaltazione del vincitore. Ma è l'uomo», scriveva Leopa... In Italia non siamo a sconfitta come la pote... so necessaria) di una i... dalla politica all'impres...

a considerare il "fallimento" una macchia indelebile e il "fallito" colui il quale non è più degno del nostro interesse. Questo gap culturale ha due conseguenze dirette sul piano dei comportamenti: la tendenza diffusa a minimizzare la sconfitta, o addirittura a negarla, e la mancanza di coraggio (almeno pubblico) nell'analizzare in profondità le cause di quanto accaduto, sottoponendosi a una spietata autocritica.

Quando la nostra Nazionale non... centrare l'obiett...

squadre di club e Nazionali – ed è stata tardamente evitata qualsiasi forma di autocritica da parte di chi non aveva saputo investire sul talento italiano né proteggerlo nella globalizzazione del calcio. A oggi, non a caso, non è stata ancora presentata ai 60 milioni di tifosi italiani una nuova strategia di gestio... E non è stato individuato ... allenatore ch...

parso dalle periferie geografiche, economiche e sociali: eppure quasi nessuno dei suoi dirigenti ha sentito il bisogno – né all'interno degli organi di vertice del Partito, né... nali – di fare una ri... ca. Non ...

BUONE NOTIZIE

Trenord e solidarietà

Le divise da ferroviere in Africa per le scuole

di DIANA CAVALCOLI

La solidarietà in una giacca. Grazie all'impegno dell'associazione «Humana People to People Italia» decolla il progetto «Trenord For Malawi». Un'iniziativa di solidarietà sociale che consentirà di recuperare i capi della divisa del personale delle ferrovie per donarli a un gruppo di scuole magistrali del Malawi, piccolo stato dell'Africa sud-orientale stretto tra Mozambico, Zambia e Tanzania. Si tratta di vere e proprie divise che verranno indossate da giovani studenti africani, dopo essere state «de-brandizzate» e rigenerate. «Humana People to People Italia» è un'organizzazione umanitaria presente da 20 anni nel nostro Paese, in particolare in Lombardia, che con i suoi 5 mila contenitori gialli in centinaia di comuni consente ai cittadini di regalare a chi ha bisogno scarpe, magliette, felpe e vestiario di ogni genere. Si tratta di un'associazione senza fini di lucro che, anche grazie alla raccolta di capi usati, promuove progetti per lo sviluppo delle nazioni povere del Sud del mondo. La federazione di «Humana People to People» è attualmente presente in 45 Paesi di Africa, Asia, Europa e America e conta uno staff multiculturale: 163 persone di ben 19 nazionalità diverse. Nell'ambito del progetto in Malawi la raccolta delle divise sarà curata direttamente da Trenord che dalla fine di agosto collocherà appositi e riconoscibili ecobox negli impianti di manutenzione di Milano Fiorenza, Novate Milanese, Camnago, Lecco, Iseo, Cremona e presso le sale sosta di Milano Cadorna, Milano Bovisa, Milano Garibaldi, Milano Greco Pirelli, Mantova, Pavia, Saronno, Varese, Verona, Voghera. La raccolta dei capi sarà possibile grazie alle donazioni spontanee dei lavoratori dell'azienda. Ogni dipendente, dal capotreno al macchinista fino alle hostess, riceverà infatti a casa un volantino con la spiegazione del progetto e una borsa studiata per il trasporto del vestiario presso i centri di raccolta. «Allarghiamo i confini – afferma l'amministratore delegato, Cinzia Farisè – "Trenord for Malawi" è un grande progetto di sostenibilità, solidarietà e amicizia che richiede la partecipazione di tutti».

© RIPRODUZIONE

CORRIERE DELLA SERA
21 agosto 2018

Tecnica Calzaturiera
24 aprile 2018

La solidarietà in un paio di scarpe

IL GIORNO
5 luglio 2018

PREGNANA MILANESE

RHODENS

MISSIONE
OGNI TURISTA CONT
A FINANZIARE BORS
PER I RAGAZZI AFRIC

Quando la vacanza è solidale

L'appello di Humana: estate di volontariato in Mozambico



di ROBERTA RAMPINI
– PREGNANA MILANESE –

«QUESTO viaggio mi ha inevitabilmente trasformata e al rientro ho avvertito sempre più l'esigenza di fare qualcosa di concreto anche nella mia quotidianità. Da novembre dell'anno scorso ho iniziato a insegnare italiano agli stranieri e questa estate partirò per una nuova esperienza in Africa». È la testimonianza di Martina Colombo, 24enne di Santo Stefano Ticino, una delle giovani che nel 2017 ha partecipato alle "vacanze solidali" in Mozambico con Humana People to People Italia. Martina, laureata in mediazione linguistica e culturale, ha scelto di fare una vacanza alternativa con la onlus che ha sede a Pregnana Milanese e conta 80 dipendenti, tra chi si occupa della parte amministrativa e chi lavora nella cooperativa dove si smistano gli abiti usati donati dai cittadini. E proprio dalla sede di via Bergamo che i responsabili della onlus rilanciano la proposta di una «vacanza che ti cambia la vita». «Sono state circa 250 le persone che in questi anni hanno scelto di trascorrere le proprie vacanze in Mozambico con Humana - spiegano - e vivere così a contatto con le comunità del posto, svolgendo attività di volontariato e visitando località mozzafiato sull'Oceano Indiano. Si tratta di un'esperienza autentica di turismo sostenibile in Africa, che permette di fare volontariato estivo nei progetti di sviluppo che Humana gestisce in Mozambico, e di entrare in contatto con le persone del posto, immergendosi nella loro quotidianità e comprendendone la cultura e lo stile di vita». Le partenze del Programma Vacanze Solidali sono dall'inizio di luglio fino alla fine di agosto, per un soggiorno di due settimane.

TESTIMONIANZA
La 24enne Martina Colombo: «Esperienza straordinaria Sono pronta a ripartire»

DURANTE la permanenza nella Casa de Hospedes di Muzuane si svolgono attività di volontariato e si conoscono i progetti di solidarietà. Ciascun turista solidale contribuisce, con la propria partecipazione, a finanziare le borse di studio per alcuni ragazzi particolarmente brillanti e meritevoli che, altrimenti, non avrebbero accesso allo studio. Si possono chiedere tutte le informazioni sul viaggio, scrivendo a humana@humanaitalia.org oppure telefonando al numero 02-93964009.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IMPEGNO Martina Colombo ha già partecipato a uno dei viaggi organizzati dalla onlus di Pregnana: «Una vacanza che ti cambia la vita»





ECOSPESA

Una nuova vita per vestiti, giochi, stoviglie I «Centri del riuso» promossi della Regione

Siamo ormai esperti nella raccolta differenziata e oltre la metà dei rifiuti urbani di Milano prende questa strada. A volte, però, ciò che gettiamo potrebbe essere utilizzato da altri, per questo la Regione ha emanato una specifica legge e stanziato fondi per creare «Centri del riuso». Cioè centri dove vengono raccolti oggetti, ancora in buono stato e funzionanti, che i proprietari non utilizzano più e sarebbero pronti a barattare. Questi sono dirà, mettendoli a disposizione di chi ne avesse bisogno. Gli obiettivi dei centri del riuso sono molteplici: sostenere una cultura basata su tutela ambientale e solidarietà, prolungare il ciclo di vita dei beni e ridurre i rifiuti da smaltire, realizzare un servizio di sostegno per le fasce più povere per soggetti svantaggiati. In questi centri non possono essere conferite apparecchiature elettroniche (tra per esempio, giocattoli, libri, mobili, oggettistica per la casa, stoviglie, indumenti, biciclette e passeggini. Secondo il Rapporto nazionale sul riutilizzo 2018 (realizzato da Occhio del riciclone in collaborazione con Utilitalia), infatti, la quota di beni immessi fra i rifiuti che potrebbero essere riutilizzati è pari al due per cento dei rifiuti urbani, cioè, in Italia, 600mila tonnellate l'anno. Senza considerare il valore di questi oggetti, si risparmierebbero 60 milioni di euro in spese di smaltimento.

747
Mila euro assegnati a 14 Comuni dalla Regione nel 2017 per creazione o ampliamento di Centri del riuso come Mediglia (Mi), Vimercate (Mb) e Busto Arsizio (Va)

Valeria Balboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE DELLA SERA
20 maggio 2018

La Provincia di Varese
2 ottobre 2018

L'idea della onlus Humana

BOUTIQUE IN CORSO MAZZINI A PAVIA

Dal cassonetto ritorno alle vetrine ecco gli abiti che abbiamo gettato

Vestiti scelti, igienizzati e messi in vendita. «Con i ricavi finanziamo progetti umanitari nel mondo»

PAVIA

Dopo Milano, Torino e Roma, Humana sceglie Pavia. E qui, in corso Mazzini 2, decide di aprire un nuovo negozio, il sesto in Italia, uno dei 500 presenti in Europa. Si vendono abiti usati, quelli raccolti nei grandi cassonetti gialli dalla gente che vuole disfarsene, 178 in tutta la provincia, di cui 27 solo a Pavia, e poi smistati e disinfettati fino a restituire loro nuova vita. Con i proventi della vendita, si finanziano progetti a sostegno dei Paesi più poveri, nel Sud del mondo, e, in Italia, a sostegno delle persone in difficoltà economica.

BOUTIQUE SOLIDALE

E così in corso Mazzini, dove ci sono quattro dipendenti, lo shopping diventa solidale: si compra e si aiutano le popolazioni di Mozambico, Angola, Namibia, Malawi, India e gli italiani costretti alla povertà, ma anche i terremotati e le ragazze madri. Chiudendo "un cerchio virtuoso", spiegano da Humana People to People Italia, organizzazione umanitaria nata nel 1998, con circa 200 dipendenti, che, nel 2016, ha generato un valore economico pari a oltre 10milioni. Complessivamente 1 milione e mezzo la quota destinata nel 2017 alla realizzazione di progetti di cooperazione sociale. E' questo che si deve sapere quando si entra nella boutique a pochi passi da Strada Nuova e da corso Cavour, dove le parole d'ordine sono "riutilizzo e solidarietà". «Perché qui - sottolinea Luca Gilardi, responsabile dei punti vendita in Italia – si fa effettivamente economia circolare, si tutela l'ambiente, recuperando quello che dovrebbe diventare rifiuto e finire in discarica. Il negozio è aperto da una settimana e sta andando benissimo, a dimostrazione che la scelta caduta su Pavia ha fatto centro».


Marco Ferrario, dipendente pavese di Humana, nel negozio di corso Mazzini al civico 2 in pieno centro storico cittadino

LA CITTÀ IDEALE

Pavia è stata individuata in quanto storica città universitaria e in quanto ha il numero maggiore di contenitori Humana, rispetto a quelli collocati sul territorio da altri operatori che effettuano la raccolta di abiti usati. «Si è scelto un centro con un numero significativo di giovani – spiega Gilardi -. La vendita di abiti usati rappresenta uno shock, pretende un approccio culturale diverso e abbiamo ritenuto che Pavia avesse tutte le caratteristiche per aprirsi a questo cambiamento. Peraltro le sue dimensioni contenute rendono più facile la comunicazione». Nel negozio pavese si vendono capi vintage. Sono gli abiti recuperati da quelli che Humana chiama, rigorosamente, "contenitori". Vengono portati nel centro di Pregnana Milanese dove lavorano una trentina di persone e dove si procede al loro smistamento e solo il 3% dei capi smistati finisce nei negozi Vintage, come quello di Pavia. «Sono selezionati i capi di migliore qualità», spiega Gilardi, ricordando anche che «gli abiti in Italia vengono tutti igienizzati in quanto la normativa nazionale considera l'abito usato come rifiuto e quindi soggetto a particolare procedura». E così dal cassonetto al sociale il passo è breve. «Il denaro incassato serve a finanziare progetti di solidarietà – fa sapere Gilardi -. L'obiettivo è realizzare scuole dove non ci sono o impianti biogas per portare energia nei villaggi che ne sono privi». —

STEFANIA PRATO

Solo il 3% dei capi passa la selezione «Puntiamo sui giovani e l'università»

I NUMERI

In provincia ci sono 178 contenitori nel capoluogo 27

In provincia di Pavia i cassonetti gestiti da Humana sono 178 (27 nel capoluogo). I contenitori si possono collocare sul territorio in seguito ad accordi con i Comuni che, in questo modo, aumentano la percentuale di raccolta differenziata. In Italia l'accordo è stato fatto con 1.171 Comuni e i cassonetti sono circa 5.000 in 43 province.

LA RETE

In Italia anche a Roma Milano e Torino

PAVIA

Humana People to People Italia è un'organizzazione umanitaria, politicamente indipendente e laica, nata nel 1998 per sostenere progetti di sviluppo nel Sud del mondo e azioni sociali e di sensibilizzazione in Italia. Inoltre contribuisce alla tutela dell'ambiente attraverso la raccolta, la donazione e la vendita di abiti usati. L'organizzazione ha creato una rete di 500 negozi solidali in Europa, nei quali è possibile scegliere capi a prezzi accessibili, la cui vendita consente di ottenere fondi per sostenere progetti in zone depresse e di creare più di 2.000 posti di lavoro. In Italia sono presenti punti vendita a Roma, Torino e Milano, aperto, quest'ultimo, 12 anni fa. Humana è attiva in 8 paesi: Mozambico, Angola, Namibia, Malawi, India, Zambia, Zimbabwe e Congo. «Vengono delineati programmi di sviluppo a lungo termine, mirati a migliorare le condizioni di vita delle popolazioni direttamente coinvolte – spiega Luca Gilardi, responsabile dei centri vendita in Italia -. Ogni progetto è frutto dell'osservazione del bisogno che porta ad elaborare un piano di interventi rispettoso delle comunità. I programmi sono attuati in accordo con le autorità periferiche e centrali e si integrano con le politiche di sviluppo previste dai governi locali». E poi c'è l'Italia in cui si stanno sviluppando progetti solidali. Come gli orti sociali dove si punta ad insegnare il mestiere del contadini, fornendo gli strumenti per un reinserimento nel mondo del lavoro a chi è disoccupato. Firmata da poco una convenzione con l'università di Pavia per un master in comunicazione che prenderà il via a gennaio. —

S.PR.

LA MERCE ESPOSTA

Una giacca Armani a 45 euro e il tubino di Chanel da 180



PAVIA

Giacche firmate, cappotti, ma anche tovaglie e lenzuola di lino. Il vintage fa tendenza e lo fa ancora di più se si associa a solidarietà. Niente prezzi proibitivi, ma costi contenuti, anche per capi firmati. Nel negozio Humana di corso Mazzini arrivano alcuni dei 4mila capi selezionati nel centro di Pregagana Milanese. Abiti e accessori scelti con cura dai dipendenti del punto vendita. Dove in tanti entrano, incuriositi, magari in cerca di un'occasione. Tutti con la consapevolezza che il loro denaro servirà a finanziare buone azioni. Qui vengono accolti da Marco Ferrario, Martina Simonetti e Alessio Pignatti. Mostrano i pezzi forti della collezione. Dalle giacche da uomo, firmate, ma a prezzi accessibili, come quella blu di Armani a 45 euro o quella spigata di Valentino a 55 euro. Fino ad un abito di Chanel, un tubino di vellut di seta nero a 180 euro. E' un dei prezzi più alti, le pellic non superano i 150 euro quelle ecologiche si ferma a 45. Qualcuno si sofferma gli abiti da sera, ammiran un lungo vestito grigio pic bo, preziosamente decor a mano con perline. Qual altro prova un cappotto di blos, 99 euro, e c'è chi gu con attenzione camicie di ogni marca e foggia. Borse Pollini, foulard di seta firma ti, cravatte e guanti. L'attenzione è catturata dai super sconti della settimana, come le cinture a 5 euro. Le nuove collezioni vengono proposte ogni 15 giorni. E funziona così: dal prezzo sul cartellino, dopo una settimana, si inizia con uno sconto del 20%, la ttimana dopo lo sconto sale

il Centro
19 ottobre 2018

Raccolta abiti usati da record

Premio Humana al Cogesa, spicca Castel di Sangro con 5,2 kg ad abitante

SULMONA

Cogesa riceverà il "Premio nazionale Humana eco-solidarity award 2018", edizione speciale 20° anniversario. Il riconoscimento arriva in seguito alla generosità mostrata dai 63 comuni soci che hanno raccolto ben 5,2 chilogrammi di vestiario per abitante. Un risultato che porta Cogesa al secondo posto nella categoria del "Premio kg per abitante". Il riconoscimento evidenzia l'attenzione agli scopi sociali e ambientali della raccolta degli abiti usati, gestita da Humana, in collaborazione con Cogesa. La premiazione, organizzata come un Road show itinerante, in occasione del 20° anniversario di attività, si terrà a novembre. Al primo posto, inoltre, c'è uno dei 63 comuni gestiti da Cogesa, Castel di Sangro, che ha raccolto sempre 5,2 chilogrammi di abiti pro capite.

«La cultura del riuso è un valore su cui crediamo molto», interviene l'amministratore unico di Cogesa spa, **Vincenzo Margiotta**, «abbiamo avviato progetti simili nei mesi scorsi con la raccolta dei libri di testo e il materiale scolastico che stiamo distribuendo a enti no profit e associazioni benefiche che si occuperanno a loro volta di farli arrivare a chi ne ha più bisogno. Per questo, il Premio nazionale di Humana è per noi un riconoscimento su quanto stiamo facendo e uno stimolo a fare sempre meglio».


Vincenzo Margiotta

Ecco l'elenco delle azioni rese possibili con la raccolta di abiti fatta nel 2017 e alle quali Cogesa e i Comuni gestiti hanno dato un contributo significativo: 41 progetti sostenuti nel Sud del mondo per oltre un milione e mezzo di euro di contributo e numerose azioni sociali e di sensibilizzazione in Italia, oltre a 211.415 chili di vestiti spediti in Mozambico, Malawi e Angola; 75 milioni di chili di anidride carbonica non emessi; 126 miliardi di litri di acqua risparmiati; oltre 6 milioni di chili di pesticidi e oltre 12 milioni di chili di fertilizzanti risparmiati.

La raccolta, inoltre, ha portato un risparmio di oltre 3 milioni di euro per il non conferimento in discarica dei vestiti usati.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

il Biellese
24 luglio 2018

Da gennaio raccolti 165.000 chili di abiti usati. Successo di HUMANA

A pochi mesi dall'inizio dall'incarico di HUMANA People to People Italia, che vede ampliato il suo ruolo nella gestione del servizio di raccolta e avvio al recupero degli indumenti nella provincia di Biella, è già possibile fare un bilancio positivo dell'attività. L'organizzazione umanitaria, già presente sul territorio dal 2015, si è infatti aggiudicata il nuovo bando di gara, come annunciato in conferenza stampa a Biella lo scorso giugno: un traguardo importante che porta numerosi vantaggi sia a livello sociale sia a livello ambientale.

Grazie anche alla raccolta degli abiti usati, infatti, HUMANA realizza progetti di sviluppo nel Sud del mondo e azioni sociali in Italia e in particolare sul territorio biellese. La generosità dei cittadini, quindi, unita alle competenze e alla mission no-profit dell'organizzazione, contribuirà nel 2018 a sostenere la mensa di condivisione "Il pane quotidiano di Biella". Inoltre, lo staff di HUMANA nel Biellese è stato ampliato con l'arrivo di due nuove persone addette alla raccolta, che provengono dalla cooperativa sociale "Il Cammino", precedentemente responsabile del servizio. Per valorizzare al massimo le donazioni di abiti, è importante sapere cosa è possibile conferire nei contenitori con il logo HUMANA. Ecco l'elenco completo: **capi d'abbigliamento**; **scarpe**; **accessori d'abbigliamento** (cappelli, cinture, foulard); **borse e zaini**; **biancheria per la casa**.

È necessario che gli abiti e gli accessori donati siano sempre inseriti in sacchetti ben chiusi, al fine di preservare al meglio il contenuto. Ulteriore valore aggiunto all'azione di raccolta arriva dal potenziamento del servizio, che permette ai cittadini di donare nei contenitori HUMANA in maniera più facile ed efficiente. Basti considerare che solo nei primi 4 mesi dell'anno sono stati raccolti oltre 165 mila chili di indumenti e scarpe usati: un numero che già di per sè supera quello totale di tutto il 2017 (pari a 148.000 chili). La distribuzione capillare dei contenitori, ad oggi arrivati a quota 160, va di pari passo con l'introduzione di strumenti innovativi e tecnologici come Junker: l'app gratuita sviluppata da Giunko s.r.l., partner di HUMANA, permette infatti di localizzare il contenitore più vicino direttamente dal proprio smartphone, in pochi click. A livello ambientale, 165 mila chili di indumenti raccolti consentono un risparmio di circa 594 mila chili di CO_2 e di oltre 990 milioni di litri d'acqua; inoltre, viene così evitato anche l'utilizzo di pesticidi, pari a 49 mila chili, e di 99 mila chili di fertilizzanti.





UN OPERATORE DI RACCOLTA ABITI CERTIFICATO ISO 9001

HUMANA è il primo operatore in Italia per la gestione unitaria del servizio di raccolta abiti. Per noi, trasparenza, eticità e sostenibilità della filiera sono punti cardine del nostro lavoro. La filiera degli abiti di HUMANA è certificata ISO 9001 e ISO 14001 (rispettivamente per la qualità e per l'impatto ambientale) e non è tutto. Nel 2017, HUMANA ha ottenuto l'Attestazione in merito alla Carta di Impegni ESET (acronimo di Etica, Solidale, Trasparente e Sostenibile). Tale documento verifica la filiera degli indumenti usati. I principali step della filiera di HUMANA, in Italia, in Europa e nel Sud del mondo, sono stati verificati dall'ente di certificazione internazionale Bureau Veritas sia per quanto riguarda il flusso dei vestiti, sia in merito al flusso economico.

HUMANA AIUTA IL SUD DEL MONDO

Negli anni '70 in Danimarca un gruppo di insegnanti (il c.d. Teachers' Group) fonda la scuola Travelling Folk High School, con l'obiettivo di lottare contro le diseguaglianze tra il Nord e il Sud del mondo, anche attraverso il viaggio. Nel 1977 si costituisce la prima organizzazione Development Aid from People to People. Negli anni '80 e '90 l'attività si estende gradualmente e si costituiscono altre associazioni in Europa, Africa, America e Asia, dando origine a un movimento popolare internazionale, dalle persone alle persone.

HUMANA People to People Italia è un'organizzazione umanitaria, indipendente e laica, nata nel 1998 per realizzare progetti di cooperazione internazionale nel Sud del mondo e attività di sensibilizzazione in Italia. I pozzi, le scuole, gli interventi di aiuto all'infanzia e sviluppo comunitario, la prevenzione di Hiv/Aids e malaria, così come i programmi agricoli per la sicurezza alimentare sono possibili anche grazie alle donazioni di abiti che HUMANA riceve in 43 province italiane.

In Italia, oltre a effettuare il servizio di raccolta abiti, HUMANA opera sul territorio coinvolgendo volontari in attività di raccolta fondi e promuovendo percorsi di sensibilizzazione nelle scuole.

HUMANA organizza, inoltre, viaggi di turismo responsabile per far visitare alcuni dei propri progetti vicino a Maputo, Mozambico.

Grazie al Programma di sostegno a distanza è inoltre possibile dare un futuro più sereno agli ex bambini di strada e orfani di Zambia e Mozambico.

settegiorni
1 giugno 2018

VIA ROSA PARKS L'iniziativa fa parte del progetto «3C Coltiviamo il clima e la comunità»: il format ha delle finalità sociali e ambientali

L'orto di Humana People arriva anche a Cornaredo

Sabato 2 giugno dalle 10 alle alle 13 si terrà l'open day in paese. L'evento è aperto a tutti per trascorrere una mattina diversa immersi nel verde

CORNAREDO (mly) Humana People to People Italia inaugura il primo orto di comunità a Cornaredo, in via Rosa Parks ang. via Cascina Duomo.

L'iniziativa fa parte del progetto «3C Coltiviamo il clima e la comunità»: il format, già realizzato con successo da Humana Spagna con finalità sociali e ambientali, prende ispirazione dai Farmer's Club, uno dei principali programmi di cooperazione implementato da Humana nel Sud del mondo.

Sabato 2 giugno dalle 10 alle alle 13 si terrà l'open day dell'orto di Cornaredo. L'evento è aperto a tutti e sarà l'occasione per avere tutti i dettagli, iscriversi o semplicemente trascorrere una mattina diversa immersi nel verde, con attività all'aria aperta per grandi e piccini; a tutti i partecipanti sarà offerto un aperitivo.

Humana, presente in Italia da vent'anni, ha deciso di far partire il progetto proprio a pochi passi dalla sua sede principale a Pregnana Milanese. L'obiettivo è quello di coinvolgere la comunità locale, sensibilizzare sul consumo responsabile, favorire la riduzione dell'impatto ambientale e uno stile di vita sano attraverso l'esperienza di auto-produzione e l'utilizzo della coltivazione biologica.

Ciascun partecipante avrà a disposizione gratuitamente un lotto di terra da coltivare nel campo di oltre 1.600 m^2 a Cornaredo.

Grazie ad una formazione teorica e pratica con lezioni tenute da esperti su diversi argomenti come la preparazione del terreno, le tecniche di irrigazione, la coltivazione biologica, ma anche la nutrizione e la fitoterapia i volontari impareranno, in un percorso della durata di due anni, a curare il loro piccolo appezzamento e potranno godere dei frutti di questa attività.

Tutti i prodotti dell'orto, infatti, andranno direttamente ai partecipanti, per un'alimentazione sana e a km zero.

Elisa Moro

© RIPRODUZIONE RISERVATA



HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA inaugura il primo orto di comunità a Cornaredo

VIA BRERA A cura del Comune

Alberi pericolanti abbattuti tre mesi dopo la richiesta

CORNAREDO (cd1) Finalmente dopo tre mesi dalla richiesta fatta dai residenti di via Brera, il comune di Cornaredo ha abbattuto gli alberi pericolanti del boschetto che confina con i palazzi.

«Qualche tempo fa ho proprio sentito un botto e ho pensato subito ad un fulmine. Mi sono affacciata e ho visto due o tre alberi pericolanti e io e alcuni miei vicini abbiamo subito fatto richiesta al comune di toglierli. Lì sotto c'è una colonia di gatti, eravamo tutti in pensiero per loro, povere creature». So-

Non sono no le parole della si-

TURA

re

ONNA

LA STAMPA
12 ottobre 2018

CUNEO

Contenitore "smart" per abiti e scarpe usate

Inaugurato nella galleria Auchan un contenitore «smart» per la raccolta di abiti e scarpe usate: un sensore misura peso e volume. Si ha diritto a un buono sconto da usare nel centro commerciale. L'iniziativa è in collaborazione con Humana. Il contenitore resterà a Cuneo fino al 18 novembre. L. B.



SERGIO LANTERI

APPENDICE

TABELLA DI CORRELAZIONE GRI

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

INFORMAZIONI GENERALI, GOVERNANCE E AFFARI LEGALI

		Paragrafo e pagina	Commenti
GD - Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	1.1 CHI SIAMO > Pag. 16	
102-2	Principali attività, marchi, prodotti e servizi	1.2 IL NOSTRO LAVORO: VALORI E AMBITI DI INTERVENTO > Pag. 27	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	
102-4	Numero di Paesi in cui l'organizzazione opera	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24 5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	
102-6	Mercati serviti	2.2.1 Affidamento del servizio di raccolta abiti e avvio a recupero degli indumenti usati > Pag. 46	
102-7	Dimensioni dell'organizzazione (es. dipendenti, ricavi netti, ecc.)	1.1 CHI SIAMO, HIGHLIGHTS 2018 > Pagg. 16-17 4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA (SCARL E ONLUS) > Pag. 78	
102-8	Numero di dipendenti per tipo di contratto, area geografica e genere	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39	Non avendo l'organizzazione sedi operative al di fuori dell'Italia non è stata riportata la distinzione per area geografica.
102-9	Descrizione della catena di fornitura	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag. 42	
102-10	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	Non si sono verificati cambiamenti significativi nel periodo di rendicontazione.

		Paragrafo e pagina	Commenti
102-11	Spiegazione dell'approccio prudenziale	1.2 IL NOSTRO LAVORO: VALORI E AMBITI DI INTERVENTO > Pag. 27	
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	
102-13	Appartenenza ad associazioni	1.1 CHI SIAMO > Pag. 16 1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	
GD – Strategia			
102-14	Dichiarazione dell'AD o del Presidente in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	Lettera agli stakeholder	
GD – Etica e Integrità			
102-16	Valori, Principi, Standard e norme di comportamento	1.2 IL NOSTRO LAVORO: VALORI E AMBITI DI INTERVENTO > Pag. 27	
GD – Governance			
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	
GD – Stakeholder engagement			
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	NOTA METODOLOGICA > Pagg. 12-13	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder da coinvolgere	NOTA METODOLOGICA > Pagg. 12-13	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	NOTA METODOLOGICA > Pagg. 12-13	
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dal confronto con gli stakeholder	NOTA METODOLOGICA > Pagg. 12-13	
GD – Reporting Practice			
102-45	Elenco società incluse nel Bilancio	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-46	Processo di definizione dei contenuti	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8-10	
102-47	Elenco dei temi identificati come materiali	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8-10	

		Paragrafo e pagina	Commenti
102-48	Spiegazione degli effetti e delle ragioni di eventuali modifiche nei calcoli/informazioni rispetto alle edizioni precedenti	NOTA METODOLOGICA > Pag. 11	
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	1.1.3 La struttura organizzativa > Pag. 24	Non si sono verificati cambiamenti significativi rispetto al precedente periodo di rendicontazione.
102-50	Periodo di rendicontazione	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-52	Periodicità di rendicontazione	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" con il GRI Standard scelta (Core o Comprehensive)	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	
102-55	Tabella GRI	Tabella di correlazione > Pagg. 108-116	
102-56	Assurance esterna del Bilancio	NOTA METODOLOGICA > Pag. 8	

INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA

Performance economica			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA (SCARL E ONLUS) > Pag. 78	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA (SCARL E ONLUS) > Pag. 78	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	4.3 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS > Pag. 80	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	4.2 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA SCARL > Pag. 79 4.3. HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS > Pag. 80	
Prevenzione della corruzione e di comportamenti anti-competitivi			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pagg. 26-27	

		Paragrafo e pagina	Commenti
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pagg. 26-27	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pagg. 26-27	
205-1	Attività valutate in relazione a rischio di corruzione	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pagg. 26-27	
205-2	Attività di comunicazione e formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
205-3	Casi di corruzione registrati e azioni intraprese	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pagg. 26-27	Nel 2018 non sono stati registrati casi di corruzione nel perimetro di HUMANA Italia.
206-1	Azioni legali intraprese per comportamenti anti-competitivi, anti-trust e pratiche monopolistiche	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	Nel 2018 non sono state intraprese azioni legali nei confronti di HUMANA Italia per comportamenti anti-competitivi, anti-trust e pratiche monopolistiche.
G4NGO - Allocazione delle risorse			
DMA (former G4-NGO7)	Spiegazione dell'approccio manageriale nella gestione del tema	4.3 HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS > Pag. 81	
G4NGO - Fundraising etico			
DMA	Spiegazione dell'approccio manageriale nella gestione del tema	3.1 IN RETE PER FARE SOSTENIBILITÀ > Pag. 64	
G4-NGO8	Fonti di finanziamento per categoria, i 5 donatori principali di denaro e valore monetario del loro contributo	3.1 IN RETE PER FARE SOSTENIBILITÀ > Pag. 64	

INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

Riduzione degli impatti ambientali (materie prime)			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	

		Paragrafo e pagina	Commenti
301-1	Materie prime utilizzate suddivise per peso o volume, distinte tra riciclate e non	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	Al momento l'utilizzo di materie prime riciclate è trascurabile.
Riduzione degli impatti ambientali (emissioni)			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
305-5	Riduzione delle emissioni inquinanti	5.3.1 Politiche di sostenibilità ambientale > Pag. 96	
Valorizzazione dei vestiti usati (effluenti e rifiuti)			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag.42	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag.42	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag.42	
306-2	Tipologia di rifiuto e metodo di smaltimento	2.2.3 Oltre il contenitore per la raccolta abiti: le destinazioni dei vestiti > Pagg. 51-54	

INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

Impatti economici e sociali sulle comunità del sud del mondo e in Italia (Comunità locale)			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
203-1	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi	5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
203-2	Principali impatti economici indiretti, compresa la dimensione degli impatti	2.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI > Pag. 59	

		Paragrafo e pagina	Commenti
413-1	Programmi di coinvolgimento della comunità locale, valutazione di impatto e sviluppo	2.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI > Pag. 59 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67 5.2 SVILUPPO, NON SOLO COOPERAZIONE > Pag. 85	
Sicurezza e salute dei collaboratori e dei volontari			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	Quest'anno si è ampliato il perimetro del tema considerando anche il personale esterno la cui attività viene svolta in via prevalente (in termini di tempo o di spazi lavorativi) per HUMANA.
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	
403-1	Percentuale lavoratori rappresentati nel comitato per la salute e sicurezza	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	
403-2	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39 1.3.2 Il personale esterno > Pag. 39 3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	
403-3	Lavoratori ad alta incidenza o ad alto rischio di infortunio o di malattia professionale	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, SALUTE E SICUREZZA > Pagg. 36-39	
NGO Sector Disclosures G4-LA6	Tutela della salute e sicurezza dei volontari (incidenti e infortuni)	3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	

		Paragrafo e pagina	Commenti
NGO Sector Disclosures G4-LA7	Tutela della salute e sicurezza dei volontari (malattie)	3.4 CON I NOSTRI VOLONTARI E SOSTENITORI > Pag. 67	
Politiche per la gestione delle risorse umane (Occupazione)			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
401-1	Nuovi collaboratori assunti e turnover	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia > Pag. 29	
Formazione dei collaboratori			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE DELLO STAFF > Pagg. 35-36	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE DELLO STAFF > Pagg. 35-36	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE DELLO STAFF > Pagg. 35-36	
404-1	Ore di formazione media per anno e per impiegato	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE DELLO STAFF > Pagg. 35-36	
Pari opportunità e non discriminazione			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO > Pagg. 34-35	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO > Pagg. 34-35	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO > Pagg. 34-35	

		Paragrafo e pagina	Commenti
405-1	Tutela delle pari opportunità e della diversità negli organismi di governance e per i collaboratori	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO > Pagg. 34-35	
406-1	Casi di discriminazione registrati e azioni correttive intraprese	1.3.1 I collaboratori di HUMANA Italia, PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO > Pagg. 34-35	
Salute e sicurezza dei donatori di abiti e dei clienti al dettaglio			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini > Pag. 47 2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero > Pag. 55	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini > Pag. 47 2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero > Pag. 55	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini > Pag. 47 2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero > Pag. 55	
416-1	Assessment delle categorie di servizi e prodotti relativi al tema della salute e sicurezza	2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini, LA RACCOLTA ABITI: IL NOSTRO SERVIZIO > Pag. 49 2.2.4 Destinazione riutilizzo: i negozi solidali in Italia e all'estero > Pag. 55	
Compliance			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	
307-1	Episodi di mancata compliance in riferimento a leggi e regolamentazioni di tipo ambientale	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	

		Paragrafo e pagina	Commenti
419-1	Episodi di mancata compliance in riferimento a leggi e regolamenti in ambito sociale ed economico	1.1.3 La struttura organizzativa, LEGALITÀ E TRASPARENZA > Pag. 27	
Trasparenza e controllo della filiera			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e del loro perimetro	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag. 42	Indicatore specifico selezionato dall'organizzazione (cfr. Nota Metodologica).
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag. 42	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag. 42	
	Comunicazione della filiera, iniziative di sensibilizzazione ed engagement	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA > Pag. 42 2.2.1 Affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati > Pag. 46 2.2.2 Un servizio di qualità per prenderci cura delle donazioni dei cittadini > Pag. 47 6.1 COMUNICHIAMO IL NOSTRO IMPEGNO > Pag. 100	
	Assessment socio-ambientale dei clienti all'ingrosso e del recupero	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA, ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA > Pag. 42	
	Criteri di accesso al mercato della raccolta abiti	2.2.1 Affidamento del servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati > Pag. 46	
	Politiche per aumentare il monitoraggio della filiera in ottica di piena trasparenza	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA, ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA > Pag. 42	
	Assessment socio-ambientale dei fornitori dei servizi di smaltimento	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA, ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA > Pag. 42 2.2.8 Materiale non riutilizzabile e non riciclabile: una fonte di energia alternativa ai combustibili fossili > Pag. 58	
	Criteri di selezione degli enti che, nel Sud del mondo, ricevono indumenti raccolti in Italia	2.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA, ESET: UNO STRUMENTO CONCRETO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA NOSTRA FILIERA > Pag. 42 2.2.5 Destinazione riutilizzo: tropical mix per l'Africa > Pag. 57	

LA TUA OPINIONE PER MIGLIORARE IL NOSTRO REPORTING

Benvenuti nella sezione del Bilancio dedicata ad accogliere i pareri, le osservazioni e i suggerimenti dei nostri lettori. La compilazione del questionario richiede solo pochi minuti, ma costituisce per noi uno strumento importante per rendere questo Bilancio sempre più coerente con le aspettative dei nostri stakeholder.
È possibile rispondere al questionario online, al seguente link, inquadrando il **QR Code**, oppure compilando la versione cartacea qui di seguito.
Per qualsiasi ulteriore chiarimento o per farci avere il vostro questionario scansionato, è disponibile la seguente e-mail dedicata: **sostenibilita@humanaitalia.org**

1. A QUALE GRUPPO DI STAKEHOLDER APPARTIENE?

- ☐ Aziende partner
- ☐ Clienti all'ingrosso
- ☐ Clienti dei negozi HUMANA
- ☐ Collaboratori HUMANA o personale esterno
- ☐ Comuni, consorzi e utilities
- ☐ Donatori di abiti
- ☐ Donatori di denaro (Sostenitori a Distanza, 5x1000 etc)
- ☐ Volontari
- ☐ Istituzioni e fondazioni
- ☐ Organizzazioni del Terzo Settore o associazioni di categoria
- ☐ Fornitori
- ☐ Altro (specificare)

2. COME VALUTA IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI HUMANA?

Punteggio (è possibile esprimere un punteggio da 1 a 5)

Trasparenza e chiarezza delle informazioni	1	2	3	4	5
Completezza delle informazioni	1	2	3	4	5
Chiarezza dei risultati economici, sociali e ambientali ottenuti da HUMANA	1	2	3	4	5
Impostazione grafica	1	2	3	4	5

3. QUALI DEI SEGUENTI CAPITOLI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ HA LETTO?

- ☐ 1. HUMANA People to People Italia
- ☐ 2. Vestiti usati che trasformano il mondo: la nostra filiera
- ☐ 3. Cultura della sostenibilità e della solidarietà in Italia
- ☐ 4. Le performance economiche
- ☐ 5. I nostri progetti: per le persone e per l'ambiente
- ☐ 6. #HUMANA

4. QUALE SEZIONE DEL BILANCIO È STATA PER LEI PIÙ INTERESSANTE? *(Max 2 scelte)*

- ☐ 1. HUMANA People to People Italia
- ☐ 2. Vestiti usati che trasformano il mondo: la nostra filiera
- ☐ 3. Cultura della sostenibilità e della solidarietà in Italia
- ☐ 4. Le performance economiche
- ☐ 5. I nostri progetti: per le persone e per l'ambiente
- ☐ 6. #HUMANA

5. HA DEI SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE LA PROSSIMA EDIZIONE DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI HUMANA?

NOTE



Dichiarazione di assurance

Bureau Veritas

25/07/2019

Move Forward with Confidence

Indirizzato agli stakeholder di HUMANA People to People Italia

1. INTRODUZIONE

Bureau Veritas Italia S.p.A. ("Bureau Veritas") ha ricevuto da HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA l'incarico di condurre una verifica indipendente (assurance) del proprio Bilancio di Sostenibilità 2018, con l'obiettivo di fornire conclusioni in merito a accuratezza e qualità delle informazioni rese pubbliche sulle proprie performance di sostenibilità.

2. RESPONSABILITA', METODOLOGIA E LIMITAZIONI

La responsabilità di raccogliere, analizzare, consolidare e presentare le informazioni e i dati del Bilancio è stata esclusivamente di HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA. La responsabilità di Bureau Veritas è stata di condurre una verifica indipendente rispetto agli obiettivi individuati e di formulare le conclusioni contenute in questo rapporto.

La verifica è stata condotta come una Limited Assurance ai sensi dello standard ISAE 3000, attraverso l'applicazione a campione di tecniche di audit, tra cui:

- *verifica di politiche, mission, valori, impegni;*
- *riesame di documenti, dati, procedure e metodi di raccolta delle informazioni;*
- *interviste a membri del gruppo di lavoro per la stesura del Bilancio;*
- *interviste a rappresentanti aziendali di varie funzioni e servizi, oltre che ai membri della Direzione;*
- *verifica complessiva delle informazioni e in generale riesame dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità 2018.*

Le attività di verifica sono state condotte presso la sede dell'azienda in via Bergamo a Pregnana Milanese (MI) e riteniamo di aver ottenuto evidenze sufficienti ed adeguate per sostenere le nostre conclusioni.

La verifica ha avuto ad oggetto l'intero Bilancio di Sostenibilità 2018, con le seguenti precisazioni: per le informazioni di natura economico-finanziaria, ci si è limitati a verificarne la coerenza con il Bilancio d'esercizio; per le attività condotte al di fuori del periodo di riferimento (1 Gennaio 2018 – 31 Dicembre 2018) e per le affermazioni di politica e intento, ci si è limitati a verificarne la coerenza con i presupposti metodologici individuati.

3. CONCLUSIONI

A nostro parere, il Bilancio fornisce una rappresentazione attendibile delle attività condotte da HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA durante il 2018 e dei principali risultati raggiunti. Le informazioni sono riportate in maniera generalmente chiara, comprensibile ed equilibrata.

Coerentemente a quanto indicato nella Nota Metodologica, il documento è redatto secondo i GRI Sustainability Reporting Standards, secondo l'opzione "In accordance Core".

4. DICHIARAZIONE DI INDIPENDENZA, IMPARZIALITÀ E COMPETENZA

Bureau Veritas è un'organizzazione specializzata in attività indipendenti di verifica, ispezione e certificazione, con oltre 190 anni di storia, 77.000 dipendenti ed un volume d'affari di oltre 4,8 miliardi di Euro (dati 2018). Bureau Veritas applica al proprio interno un Codice Etico e riteniamo che non sussista alcun conflitto di interesse tra i membri del gruppo di verifica e Humana People to People Italia.



Bureau Veritas Italia S.p.A.
Andrea Filippi
Technical Manager
Milano, 25/07/2019

NOTE

COLOPHON

Con il contributo scientifico di

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
ALTIS
ALTA SCUOLA
IMPRESA E SOCIETÀ

Verifica del Bilancio di Sostenibilità effettuata da
Bureau Veritas Italia spa

Coordinamento dell'Ufficio Comunicazione di
HUMANA People to People Italia

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

Stampa:
Helix Press di Peter Nedkov, Varna (Bulgaria)

pensieriecolori.it

Sede legale e operativa

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

Sedi operative

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

Via Monte Rosa, 3
00071 Pomezia (RM)
Tel. 06 9145291
roma@humanaitalia.org

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

Via dei Pastai
Zona Ind.le Scerne di Pineto
64025 Pineto (TE)
Tel. 085 9462201
teramo@humanaitalia.org

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

I nostri negozi

HUMANA Vintage

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

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

Corso Mazzini, 2C - PAVIA
Tel. 0382 1751224
humanavintagepavia@humanaitalia.org

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

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

Via Tuscolana, 697 – ROMA
Tel. 06 45652039
humanavintageroma3@humanaitalia.org

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

HUMANA Second Hand

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

Indirizzi siti web

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

