

RELAZIONE DI IMPATTO

2025



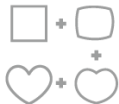
The Planet

***Un grammo di buon esempio vale più
di un quintale di parole***
San Francesco di Sales



The People

***Compito dell'uomo è essere utile agli
altri uomini***
Seneca



The Change

***E' l'animo che devi cambiare, non il
cielo sotto cui vivi***
Seneca



The Promoter

***Non si è mai troppo piccoli per fare
la differenza***
Greta Thunberg

Indice

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	1
1. IL PROFILO DELL'AZIENDA	2
1.1 Mission e valori	3
1.2 Valore economico	4
2. MODELLO DI BUSINESS	5
2.1 Scopo della società	5
2.2 Le finalità di beneficio comune	6
2.3 I servizi di Sagapao	8
3. GOVERNANCE E GESTIONE DEI CLIENTI	9
3.1 Analisi di materialità	9
3.2 La matrice di materialità	13
3.3 La struttura della governance	13
3.4 Etica, qualità e integrità del business	15
3.5 La gestione dei clienti	16
4. LAVORATORI	18
4.1 Composizione dell'organico	18
4.2 Sviluppo professionale e personale delle risorse umane	20
4.3 Welfare aziendale e qualità dell'ambiente di lavoro	21
5. COMUNITA'	22
5.1 La catena di fornitura	22
5.2 Inclusione, solidarietà e impegno per la comunità	24
6. AMBIENTE	25
6.1 Riduzione dell'impatto ambientale	25
6.2 Consumo sostenibile e solidale	26
6.3 Consumi	28
7. LA VALUTAZIONE DI IMPATTO	29
7.1 Aree di valutazione d'impatto	30
7.2 Il B Impact Score	31
8. PIANO STRATEGICO DI IMPATTO 2026	32

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari Stakeholder,

Il 2025 è stato un anno denso di significato per Sagapao, a partire dalla celebrazione del nostro venticinquesimo anniversario. Un momento di gratitudine e rilancio, consapevoli del percorso fatto e con lo sguardo rivolto al futuro. Non solo ai risultati, ma soprattutto alle persone.

Dal punto di vista della performance economica, abbiamo più che raddoppiato l'utile di esercizio rispetto al 2024, pur interfacciandoci con un mercato minato dall'incertezza dello scenario geopolitico. Sarebbe però riduttivo leggere questo dato solo come un successo finanziario. Per noi rappresenta la conferma che un modello d'impresa responsabile, orientato al lungo periodo, può essere anche sostenibile, solido e competitivo, perché fondato su persone, territorio e relazioni.

Dopo un inteso percorso che ha ingaggiato l'azienda a tutti i livelli, siamo orgogliosi di aver ottenuto la certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere. Un riconoscimento, questo, che non consideriamo come punto di arrivo ma come una responsabilità quotidiana verso l'equità e l'inclusione, in linea con la nostra vocazione di Società Benefit. Abbiamo rafforzato il rapporto con il mondo della scuola e dell'università, triplicando i percorsi di tirocinio ospitati: investire nelle nuove generazioni è per noi un orientamento strategico e al tempo stesso profondamente etico. Abbiamo lavorato sul monitoraggio della qualità della nostra filiera, sia dal punto di vista della qualità dei prodotti che della performance ESG, perché siamo sempre più convinti che la sostenibilità non possa, e non debba, fermarsi ai confini della nostra azienda.

Il 2025 ha portato con sé anche l'inaugurazione del nostro showroom, uno spazio che nasce come strumento di cura verso i nostri clienti ma che dice anche molto di chi siamo. E' un luogo in cui la relazione si fa presenza, dove i clienti possono toccare con mano i nostri prodotti e, al tempo stesso, comprendere la filosofia che li anima.

Merita un approfondimento specifico il nostro impegno nella Comunità Energetica Rinnovabile e Solidale del Lario. Partecipare alla CERS significa, per noi, superare la logica individuale della produzione e del consumo di energia per abbracciare un modello fondato sulla condivisione, sulla responsabilità e sulla cooperazione tra imprese e cittadini. È stato un anno di consolidamento e di avvio, e nel 2026, compiremo un ulteriore passo con l'installazione di pannelli solari presso la nostra sede. Una scelta che non rappresenta soltanto un investimento energetico, ma un impegno preciso verso un modo diverso di fare impresa.

Grazie a chi ha camminato con noi fino a qui. E grazie a chi sceglierà di farlo, nei prossimi dieci anni e oltre.

Cordiali saluti,

Fernando Carioni

CEO di Sagapao srl Società Benefit

1. IL PROFILO DELL'AZIENDA

Storytelling products

Nasciamo nel 2000 realizzando buste personalizzate per le campionature delle aziende tessili. Gradualmente ci inseriamo nel mercato locale, nazionale e internazionale affrontando numerose sfide e mostrando grande capacità di resilienza, creatività e adattamento.

Nel 2015 ci costituiamo con la denominazione "**Sagapao Srl**" ed il nostro principale oggetto sociale diventa la produzione, l'assemblaggio, il commercio all'ingrosso di articoli promozionali, cartoleria, articoli da gioco ecc.; la stampa tessile su tessuti e altro materiale; la consulenza grafica, pubblicitaria, di immagine e in materia di pubbliche relazioni alle aziende. Abbiamo ormai maturato una grande esperienza nel campo e ci poniamo come una realtà di specialisti nel mondo della promozione dei brand attraverso oggetti e abbigliamento personalizzati.

A marzo 2023 decidiamo di adottare il modello di "società benefit" e di modificare la denominazione sociale in "**Sagapao Srl Società Benefit**". Intendiamo infatti operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, territorio, ambiente e altri portatori di interesse, con l'obiettivo di generare un misurabile valore sociale e creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

La definizione di Società Benefit (o Benefit Corporation) è stata introdotta dalla legislazione dello stato del Maryland (USA) nel 2010. In Italia, questo regime societario è stato implementato dal 1° gennaio 2016 con la Legge di Stabilità 208/2015. La normativa stabilisce che una Società Benefit, oltre a perseguire il profitto, deve perseguire anche finalità di beneficio comune specificate nel suo oggetto societario. Pertanto, il raggiungimento degli obiettivi sociali e ambientali è considerato il core business dell'organizzazione, al pari delle attività commerciali. Le Società Benefit perseguono tali obiettivi in modo responsabile, sostenibile e trasparente, richiedendo ai manager di bilanciare l'interesse dei soci con quello della collettività.



Società Benefit

1.1 Mission e valori

Abbiamo deciso di puntare sul lavoro e sulle competenze maturate in passate esperienze lavorative, con l'obiettivo di contribuire al bene della comunità.

I soci di Sagapao hanno infatti un forte background nel settore tessile-moda e nel settore viaggi-eventi. Questo caratterizza fortemente la metodologia di operare: **100% orientati alle necessità dei clienti, 100% proattivi!**

Il nostro core business è il racconto della storia del brand di un'azienda, attraverso diverse tipologie di prodotti pensati su misura e con una metodologia ben definita:

- **Partire dall'ascolto e dal dialogo** con una consulenza orientata verso prodotti possibilmente sostenibili e servizi unici, esclusivi, capaci di raccontare i valori del tuo brand;
- **Investire tempo e attenzione** per selezionare e testare personalmente le ultime tendenze del mercato, proponendo progetti di comunicazione che parlano di: durata, qualità, utilità, ecologia ed equità sociale;
- Avere una **capacità produttiva e distributiva in tutto il mondo**, garantendo consegne sicure e veloci.

Il nostro compito non si esaurisce nella realizzazione di un servizio di qualità per l'azienda cliente.

la nostra responsabilità consiste nel **contribuire alla crescita sociale ed economica della comunità**, mettendo sempre al centro le persone attraverso:

- la promozione di un ambiente di lavoro aperto e trasparente, capace di stimolare la creatività e il pensiero innovativo, in cui ognuno possa essere protagonista della crescita dell'azienda;
- l'accesso al welfare aziendale;
- il reinvestimento della maggior parte degli utili nelle persone e nello sviluppo della struttura aziendale;
- il rispetto dei collaboratori e dei fornitori, promuovendo un modello di società equo e sostenibile;
- la volontà di non anteporre le logiche di profitto alle scelte aziendali, privilegiando valori etici e sostenibili;
- la collaborazione solo con fornitori rispettosi di tutta la filiera produttiva;
- la promozione di alternative sostenibili, attraverso articoli a basso impatto di CO₂, realizzati con materiali riciclati o biodegradabili e progettati per favorire un corretto smaltimento differenziato;
- la selezione di oggetti duraturi, belli e funzionali, pensati per essere apprezzati e valorizzati nel tempo. Un prodotto che non crea valore ed emozioni è destinato a essere sostituito rapidamente, risultando quindi poco sostenibile;
- la promozione delle Associazioni senza scopo di lucro riservando loro condizioni speciali.

1.2 Valore economico

INel corso del 2025 abbiamo registrato un andamento economico positivo, evidenziato da una **crescita del valore della produzione pari al 16,63%** rispetto all'anno precedente. Tale incremento è stato tuttavia accompagnato da un aumento dei costi di produzione, dovuto al rialzo dei prezzi delle merci e delle materie prime che ha interessato il mercato nel corso dell'anno, anche in conseguenza dell'instabilità dei mercati internazionali legata ai conflitti geopolitici.

Nonostante le pressioni sui costi e lo scenario globale, la nostra gestione aziendale e il nostro assetto organizzativo ci hanno consentito di conseguire un **utile di esercizio più che raddoppiato** rispetto al 2024. Ciò testimonia l'efficacia delle scelte strategiche adottate e della capacità della nostra struttura di generare valore in un contesto non privo di sfide.

Anche dal punto di vista **patrimoniale**, registriamo un **incremento del 24,17%**, consolidando ulteriormente la nostra solidità e ponendo basi più robuste per la continuità aziendale.

Sul piano strutturale, il **trasferimento nella nuova sede** (avvenuto nei primi mesi del 2024) ha comportato investimenti e costi aggiuntivi nel breve periodo ma ha prodotto effetti positivi tangibili in termini di operatività, immagine e visibilità. I nuovi spazi ci hanno infatti offerto, e ci offrono, concrete opportunità di sviluppo e di ampliamento delle nostre linee di business.

Voce di Bilancio	2024	2025
Valore della produzione	1.660.821 €	1.936.923 €
Costi della produzione	1.590.207 €	1.769.823 €
Costi per il personale (compresi nei costi della produzione)	212.427 €	192.664 €
Patrimonio netto	484.650 €	601.804 €
Utile d'esercizio	50.192 €	117.154 €

2. MODELLO DI BUSINESS

2.1 Scopo della società

Abbiamo per oggetto le seguenti attività:

- la produzione, l'assemblaggio, il commercio all'ingrosso di articoli promozionali, cartoleria, articoli da gioco, orologeria, calcolatrici, macchine ed articoli per ufficio, casalinghi, elettrodomestici, dispositivi radio televisivi ed altri dispositivi per la riproduzione sonora e visiva, pelletteria, abbigliamento ed accessori, bigiotteria ed articoli da regalo;
- la stampa su tessuti e altri materiali;
- la consulenza grafica, pubblicitaria, di immagine ed in materia di pubbliche relazioni alle aziende;
- il commercio all'ingrosso di articoli per l'antincendio e l'antinfortunistica;
- il commercio all'ingrosso di profumi, di cosmetici e di saponi cosmetici;
- il commercio all'ingrosso di articoli medicali ed ortopedici;
- i servizi di comunicazione on line ed off line, anche tramite realizzazione ed installazione di siti web;
- la possibilità di acquisire partecipazioni in società italiane o estere, già costituite o da costituire, esclusivamente come investimento stabile e non ai fini di collocamento.



2.2 Le finalità di beneficio comune

Nel rispetto della Legge 28 dicembre 2015 (commi 376-384), affianchiamo al perseguimento del profitto un impegno concreto verso il bene comune. Operiamo in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone, del territorio, dell'ambiente e di tutti i portatori di interesse, con la consapevolezza che il successo economico ed il valore sociale non sono obiettivi in contraddizione, ma si rafforzano a vicenda.

In particolare, operiamo per:

- valorizzare le persone che fanno parte dell'organizzazione e condividere con loro un percorso di crescita continua, attraverso riconoscimento delle competenze e delle potenzialità, formazione specifica, condivisione di responsabilità e co-costruzione di percorsi di crescita personale e lavorativa;
- diffondere una cultura orientata alla crescita continua e alla valorizzazione delle competenze e del potenziale di ciascuno, attraverso attività quali la formazione rivolta a persone che incontrano difficoltà nell'accedere o reinserirsi nel mondo del lavoro (giovani, donne, lavoratori senza titoli di studio);
- diffondere una cultura dell'inclusione e della valorizzazione della diversità, sia internamente all'azienda che nei rapporti con tutti gli stakeholder;
- garantire continuità ed efficienza nell'applicazione, sistematizzazione e sviluppo di un modello organizzativo basato sulla collaborazione e sul contributo di ciascuno al miglioramento di processi e policy organizzative funzionali alle persone, alla società e alla biosfera;
- costruire un ambiente lavorativo basato sulla qualità delle relazioni e sulla condivisione di una visione futura sostenibile, in cui: a) il lavoro sia vissuto come un momento di crescita e di serenità; b) ciascuno sia messo nelle condizioni di dare il proprio contributo nella maniera più serena possibile e esprimendo il massimo delle proprie potenzialità; c) ci sia una disponibilità diffusa nell'affrontare e superare insieme difficoltà personali e professionali;
- contribuire alla salute dei lavoratori, attraverso misure che favoriscano: a) l'equilibrio tra vita lavorativa e vita familiare; b) il raggiungimento di condizioni che favoriscono il soddisfacimento di bisogni sanitari, psicologici e sociali; c) la garanzia degli standard ottimali di salute e sicurezza sul luogo di lavoro;

- costruire delle relazioni di valore con gli stakeholder - clienti, fornitori basate non solo sul reciproco soddisfacimento del proprio personale interesse, ma anche sulla condivisione di valori e di raggiungimento di obiettivi in termini di: a) qualità dei materiali utilizzati e garanzia del rispetto dell'ambiente e delle persone; b) affidabilità di prodotto e ricerca continua di soluzioni ottimali per tutte le parti coinvolte; c) disponibilità nell'individuazione di ambiti di miglioramento;
- ridurre l'impatto ambientale dei processi organizzativi, produttivi e di vendita, attraverso l'individuazione di soluzioni che garantiscano un'ottimizzazione dell'uso di risorse e materiali (energia, acqua, carta, toner, tessuti, altri materiali);
- promuovere una cultura del consumo responsabile, coinvolgendo sia la compagine aziendale, che i fornitori e clienti, nonché la comunità locale, nell'incrementare la propria responsabilità nella transizione verso uno sviluppo sostenibile anche attraverso campagne di comunicazione dedicate e sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili;
- realizzare, anche attraverso il coinvolgimento di organizzazioni non profit e di altre SB e B-Corp del territorio, iniziative di responsabilità sociale che generino valore per la comunità locale e contribuiscano a promuovere l'autodeterminazione e la salute dei più fragili e ad incrementare la sostenibilità della società e della biosfera.

Allo scopo di conseguire l'oggetto sociale la società potrà, inoltre, compiere tutte le operazioni commerciali, industriali ed immobiliari a ciò necessarie, nonché compiere, in via non prevalente e del tutto accessoria e strumentale all'oggetto sociale e comunque con espressa esclusione di qualsiasi attività svolta nei confronti del pubblico, operazioni finanziarie e mobiliari, ivi compresa la prestazione di fidejussioni, avalli ed ipoteche ed ogni altra garanzia reale.

2.3 I servizi di Sagapao

Ci distinguiamo come specialisti nel settore promozionale, unendo competenze consolidate, creatività ed un approccio sempre aggiornato. Operiamo con un metodo strutturato e flessibile, che mette al centro l'ascolto del cliente e l'attenzione alla sostenibilità, garantendo al contempo qualità, sicurezza e innovazione. Raccontiamo la storia del tuo brand grazie ad un'ampia gamma di servizi.

La nostra metodologia di lavoro si articola in sei fasi fondamentali:

Consulenza personalizzata e sostenibile

Il percorso inizia sempre dall'ascolto del cliente: offriamo un'ampia gamma di soluzioni, con una consulenza orientata verso prodotti sostenibili e conformi alle normative europee. Tutti gli articoli proposti sono corredati dalle relative certificazioni (es. certificati sulle sostanze utilizzate e norme ambientali). Collaboriamo con enti di certificazione indipendenti per garantire il massimo della trasparenza e della sicurezza. Siamo pienamente conformi alla **nuova Direttiva Europea 2023/988 sulla sicurezza generale dei prodotti**.

Selezione accurata dei prodotti

Monitoriamo costantemente il mercato per selezionare le ultime tendenze e testiamo personalmente ogni articolo. I nostri prodotti si distinguono per **qualità, durata, utilità, valore ecologico e sostenibilità sociale**, contribuendo a comunicare al meglio l'identità e i valori del brand.

Personalizzazione creativa e tecnologica

Il nostro reparto grafico interno lavora a stretto contatto con il cliente per trasformare le idee in strumenti di comunicazione efficaci ed originali. Sperimentiamo **tecniche di personalizzazione avanzate** per ottimizzare costi e tempi, offrendo soluzioni all'avanguardia capaci di valorizzare ogni progetto.

Pronta consegna e soluzioni su misura

Offriamo una vasta gamma di articoli in pronta consegna, ideale per gestire anche le urgenze. Per esigenze più specifiche, proponiamo un **servizio total custom made**, per realizzare oggetti completamente su misura, unici e distintivi. Grazie a un servizio di sourcing globale, gestiamo la realizzazione del progetto in tutto il mondo, incluse le pratiche doganali.

Chiavi in mano

Accompagniamo il cliente lungo tutto il processo, dal brief iniziale alla consegna finale, assicurando un **servizio fluido, organizzato e senza stress**. Ogni progetto è seguito con attenzione e precisione, in tutte le sue fasi. Offriamo anche servizi completi di confezionamento e distribuzione, con spedizioni affidabili in tutto il mondo.

Logistica flessibile e gestione magazzino

Gestiamo gli ordini con un sistema logistico personalizzato, adatto a ogni tipo di azienda, con **consegne sicure e tracciabili in Italia e all'estero**. Offriamo inoltre un **servizio di stoccaggio** merci nel nostro magazzino, liberando spazio operativo per i clienti e permettendo la gestione anche di ordini consistenti.

3. GOVERNANCE E GESTIONE DEI CLIENTI

3.1 Analisi di materialità

Attraverso un percorso di **ingaggio e coinvolgimento degli stakeholder** e in conformità allo standard GRI 3, abbiamo strutturato l'analisi di materialità con l'obiettivo di indagare e valutare in chiave strategica la rilevanza di specifiche tematiche legate ai propri impatti economici, sociali ed ambientali.

Tale percorso ha portato all'individuazione dei **temi materiali** su cui l'azienda sta intervenendo o può intervenire per migliorare il proprio contributo allo sviluppo sostenibile, in armonia con le esigenze e la visione degli stakeholder e contribuendo a definire orientamenti operativi ed etici dell'azienda e dei suoi portatori di interesse.

Il processo di valutazione ha coinvolto il management e gli stakeholder ai quali è stato chiesto di esprimere un rating sui seguenti **temi ESG**:

Integrazione degli ESG nelle decisioni aziendali

Adattare il modello di business agli obiettivi di sviluppo sostenibile come parte integrante della crescita dell'impresa, fornire formazione ai lavoratori su aspetti sociali e ambientali rilevanti per l'azienda o per la sua missione

Etica e integrità del business

Adottare principi e pratiche che garantiscono un processo decisionale etico, trasparente e orientato al rispetto delle norme e alla tutela delle persone

Creare valore economico che contribuisce al benessere e alla crescita

delle persone e delle comunità, favorendo la redistribuzione a:
dipendenti, fornitori, investitori
comunità locale (attraverso tasse, donazioni, investimenti)

Impegno nell'offrire prodotti di qualità

attraverso:
la creazione di prodotti che rispondono le richieste dei clienti;
affidabilità di prodotto;
ricerca continua di soluzioni ottimali per tutte le parti coinvolte;
disponibilità ad individuare possibili ambiti di miglioramento

I temi materiali di Sagapao



Salute e sicurezza sul luogo di lavoro

Adozione di pratiche che offrono un'adeguata conoscenza dei rischi connessi alla propria mansione e che favoriscono una gestione dei processi aziendali che prevenga tali rischi e favorisca condizioni ottimali di lavoro



Diversità, inclusione e benessere in azienda

Adozione di principi e pratiche che riducono le disuguaglianze e favoriscono un ambiente di lavoro equo, corretto e rispettoso delle differenze. Promozione di un benessere diffuso in azienda



Conciliazione tra vita e lavoro

Individuazione di soluzioni che favoriscono la conciliazione tra esigenze familiari o personali e le esigenze legate al proprio ruolo lavorativo



Sviluppo professionale

Diffondere una cultura della crescita continua e di valorizzazione delle competenze e delle potenzialità di ciascuno, attraverso attività quali la formazione rivolta a persone che incontrano difficoltà nell'accedere o reinserirsi nel mondo del lavoro



Lavoro di squadra e collaborazione interna

Garantire continuità ed efficienza nell'applicazione, sistematizzazione e sviluppo di un modello organizzativo basato sulla collaborazione e sul contributo di ciascuno al miglioramento di processi e policy organizzative funzionali alle persone, alla società e all'ambiente



Creazione di valore per la comunità locale

Supporto alla comunità locale attraverso iniziative di responsabilità sociale a favore della cittadinanza, in particolare dei più fragili, e a favore della conservazione dell'ambiente

I temi materiali di Sagapao

Coinvolgimento del non profit

Creazione di collaborazioni con il privato sociale per la realizzazione di iniziative e progetti specifici per il benessere e la qualità della vita delle persone

Sostenibilità della catena di fornitura

Scelta di fornitori secondo criteri di sostenibilità ambientale, economica e sociale

Relazioni con gli stakeholder

Costruire delle relazioni di valore con gli stakeholder (clienti, fornitori, comunità locale) fondate sulla condivisione di valori e sul reciproco impegno nell'offrire prodotti e servizi di qualità

Sostenibilità dei materiali

Promuovere una cultura del consumo responsabile, attraverso che attraverso campagne di comunicazione dedicate e sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili

Energia e smaltimento rifiuti

Mitigare gli impatti negativi dovuti a consumo energetico, smaltimento rifiuti, spostamenti da e verso il luogo di lavoro



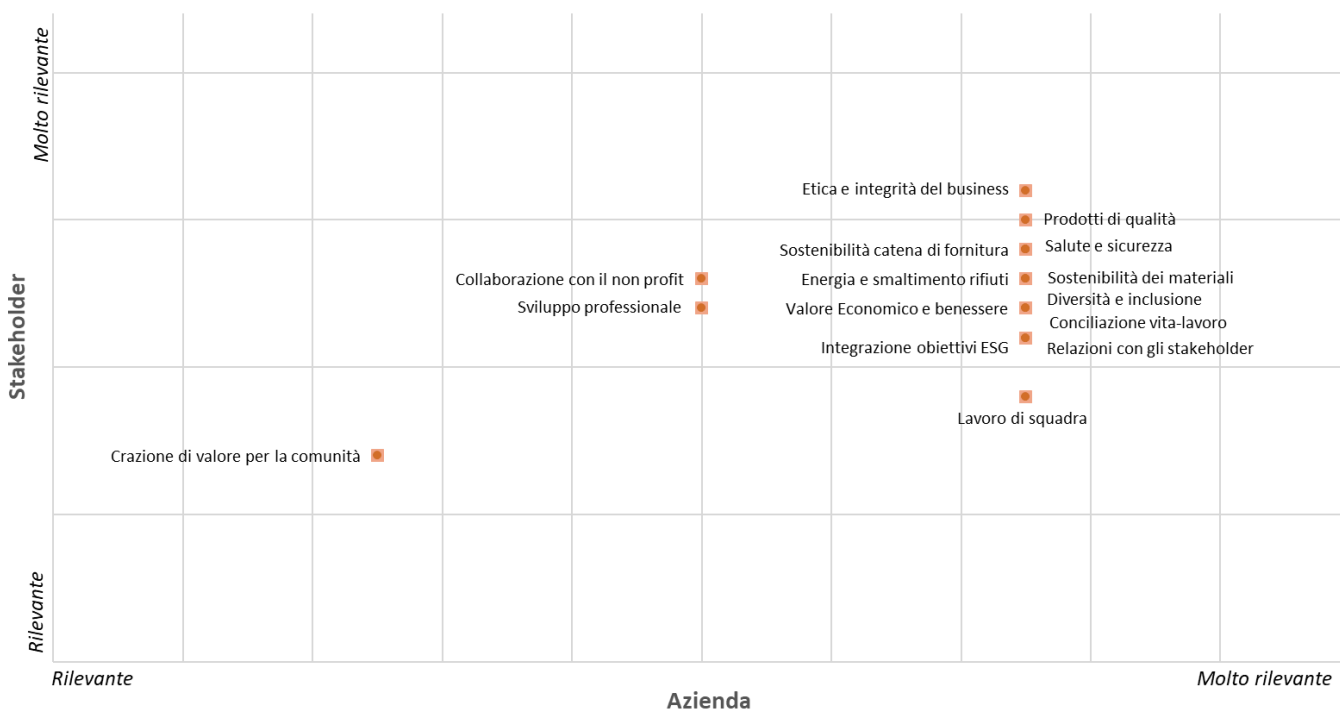
3.2 La matrice di materialità

La matrice di materialità rappresenta graficamente i temi materiali ritenuti più rilevanti per gli stakeholder (asse verticale) e per l'azienda stessa (asse orizzontale)

Tale strumento facilita il processo decisionale strategico, assicurando che le decisioni aziendali tengano conto delle aspettative degli stakeholder, permette di orientare le risorse verso le aree a maggior impatto e di identificare e gestire i rischi emergenti legati a temi di sostenibilità.

La matrice di materialità costituisce l'architave metodologica attraverso la quale verranno illustrati i temi materiali all'interno della presente Relazione di Impatto, congiuntamente alle indicazioni normative contenute nel testo di legge sulle Società Benefit (L. 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384).

Matrice di materialità di Sagapao (2025)



3.3 La struttura della governance

Siamo connotati da una struttura organizzativa che garantisce una gestione efficace, integrata e flessibile delle nostre attività, con particolare attenzione alla sostenibilità. Riconosciamo infatti l'importanza della sostenibilità come elemento cruciale per il nostro sviluppo e per quello delle comunità in cui operiamo, e siamo impegnati a rafforzare gradualmente la governance degli aspetti ESG.

L'assetto organizzativo è strutturato in tre livelli principali:

Governance

Amministratore unico: Questo è il livello più alto dell'organigramma, responsabile delle decisioni strategiche e della supervisione complessiva dell'organizzazione.

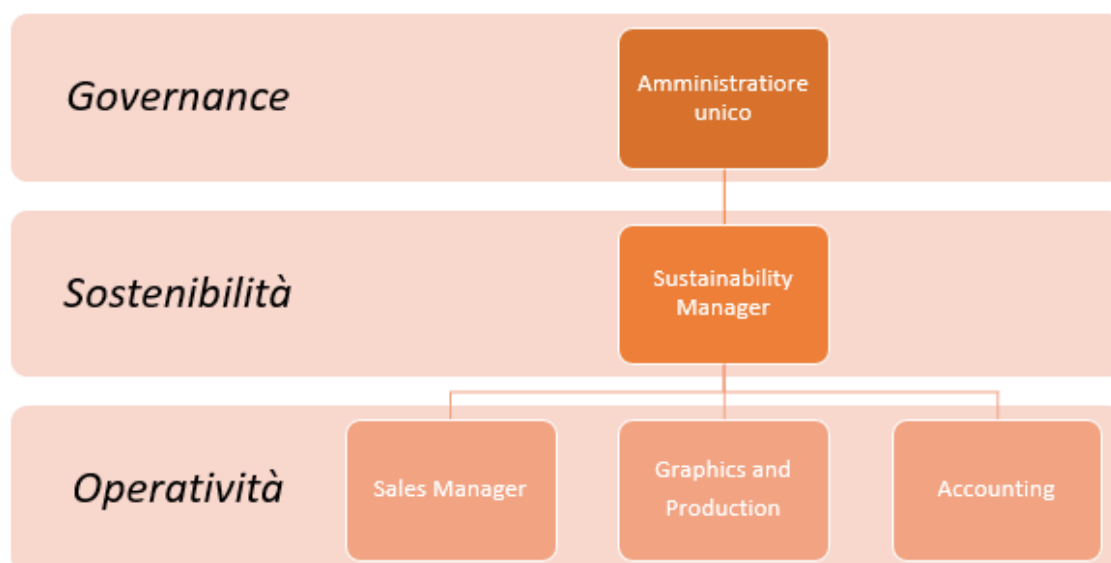
Sostenibilità

Sustainability Manager: Risponde direttamente all'Amministratore unico e si occupa di gestire le iniziative e le politiche di sostenibilità dell'organizzazione, presiedendo e promuovendo un approccio ESG oriented in tutti i processi aziendali.

Operatività

Questo livello è suddiviso in quattro aree principali, tutte riportano all'Amministratore unico e al Sustainability Manager:

- **Sales Manager:** Responsabile delle vendite e delle strategie commerciali.
- **Graphics and Production Department:** Si occupa della grafica e della produzione, gestendo tutto ciò che riguarda la parte visiva e produttiva dei progetti.
- **Accounting:** Gestisce le funzioni amministrative e finanziarie dell'organizzazione.



La struttura della governance

Promuoviamo un **modello di governance collaborativa**, in cui i processi aziendali sono altamente interconnessi e processi decisionali basati sull'ascolto e la condivisione a tutti i livelli.

Ogni commessa viene gestita da **team interfunzionali** che includono membri con competenze diverse con l'obiettivo di integrare diverse prospettive e competenze per raggiungere risultati migliori.

La strategia organizzativa si basa su una **comunicazione aperta e continua** attraverso riunioni regolari di staff e aggiornamenti quotidiani nell'ambito di daily stand-up meetings. Sono inoltre previsti canali di comunicazione trasversali per garantire che le informazioni fluiscano liberamente tra diversi livelli e dipartimenti dell'organizzazione.

La cultura aziendale promuove la **collaborazione** continua, con incentivi per il **lavoro di squadra**, e il riconoscimento e la valorizzazione dell'apporto di ciascun membro del team.

La governance promuove periodici **incontri one to one** quale modalità di ascolto, feedback, sviluppo professionale e confronto con i singoli membri del team. Tali meeting hanno l'obiettivo di avviare un confronto personale circa la performance del lavoratore, individuare aree di miglioramento e relative opportunità di formazione, incoraggiare lo sviluppo professionale e personale, raccogliere idee e prospettive in ottica di miglioramento continuo.

Il nostro approccio organizzativo promuove l'**ingaggio dei lavoratori** che vengono sistematicamente coinvolti all'interno dei processi decisionali, favorisce alti livelli di innovazione grazie all'integrazione di competenze eterogenee e flessibilità in risposta alle esigenze dei clienti e di un mercato in continua evoluzione.



3.4 Etica, qualità e integrità del business

Ci impegniamo ogni giorno a generare impatti positivi non solo in termini economici, ma anche ambientali e sociali, ridefinendo il nostro modello di business in chiave sempre più etica, responsabile e orientata alla creazione di valore condiviso. Integriamo nella nostra governance valori fondamentali come trasparenza, integrità, innovazione, equità, benessere organizzativo e soddisfazione degli stakeholder

Nel 2024 abbiamo formalizzato il nostro impegno etico attraverso l'adozione del **Codice Etico**, uno strumento guida che definisce principi, comportamenti attesi e responsabilità condivise da tutto il nostro ecosistema aziendale. Il Codice rappresenta un punto di riferimento costante per promuovere un ambiente di lavoro equo, costruttivo e sostenibile.

Il Codice Etico si fonda su valori quali:

- **Equità e imparzialità**, nelle decisioni e nei rapporti interpersonali;
- **Trasparenza**, nella comunicazione interna ed esterna;
- **Legalità e correttezza**, nella gestione dei rapporti con clienti, fornitori e partner;
- **Rispetto e tutela della persona**, con un'attenzione particolare alla qualità della vita lavorativa e alla crescita professionale e umana delle nostre persone.

I valori di integrità, responsabilità e legalità non si esauriscono all'interno dell'organizzazione, ma vengono condivisi e promossi anche nei confronti della nostra rete esterna: clienti, fornitori, partner e stakeholder.

Crediamo in relazioni basate sulla fiducia reciproca, sul rispetto delle regole e su una visione comune di crescita sostenibile.

In un contesto sempre più digitale, la protezione dei dati rappresenta per Sagapao una priorità assoluta. La gestione dei rischi legati alla raccolta, conservazione e trattamento di dati personali e sensibili avviene in conformità al **Regolamento Europeo sulla Protezione dei Dati (GDPR - Reg. UE 679/2016)**.

Abbiamo adottato una serie di misure e procedure volte a garantire un elevato livello di sicurezza informatica e rispetto della privacy, tra cui:

- Linee Guida per la gestione dei dati e delle infrastrutture tecnologiche;
- Tenuta dei registri delle attività di trattamento;
- Cooperazione con le autorità competenti in caso di necessità.

Il nostro impegno è volto a tutelare la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni, offrendo ai nostri clienti e stakeholder garanzie concrete sulla gestione sicura e responsabile dei dati.

3.5 La gestione dei clienti

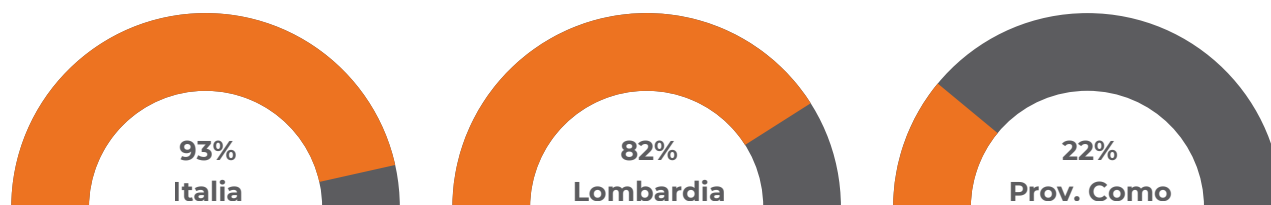
Instauriamo con i nostri clienti relazioni di valore, fondate non solo sulla soddisfazione reciproca dei propri interessi di business ma anche sulla condivisione di valori comuni e sul conseguimento di obiettivi condivisi, tra cui:

Qualità dei materiali e rispetto per l'ambiente e le persone: impegnandosi a utilizzare materiali di alta qualità e a garantire pratiche sostenibili e responsabili.

Affidabilità del prodotto e ricerca di soluzioni ottimali: offrendo prodotti affidabili e cercando costantemente soluzioni che soddisfino al meglio tutte le parti coinvolte.

Disponibilità a identificare opportunità di miglioramento: mostrando apertura nel riconoscere e affrontare le aree in cui è possibile migliorare.

143 CLIENTI



L'orientamento alla cura e attenzione verso il cliente è inoltre basato su un processo di **customer care** che prevede un costante ascolto e rilevazione di feedback lungo tutto l'arco della collaborazione. In ogni fase pre-vendita e post-vendita, il Sales Manager monitora e garantisce la qualità dei prodotti e la soddisfazione del cliente attraverso momenti dedicati e periodici, promuovendo l'ascolto e supporto continuo.

Per potenziare la cura verso i nostri clienti, nel 2025 abbiamo inaugurato uno **showroom** presso la nostra sede, uno spazio espositivo progettato per offrire un'esperienza diretta e autentica, lontana dalla mediazione del digitale. Uno spazio dove poter toccare con mano i nostri prodotti, comprendere la filosofia che li anima, costruire relazioni di fiducia.

Per sostenere lo sviluppo del **Terzo Settore** e riconoscendone un ruolo cruciale nella promozione del bene comune, applichiamo tariffe agevolate dedicate a questo segmento di clientela con una politica di sconti e agevolazioni ad hoc.

La gestione dei clienti

Basiamo la nostra filosofia aziendale su quattro pilastri fondamentali: **qualità, personalizzazione, rispetto per le persone e sostenibilità.**

Per garantire **soluzioni tailor made e sostenibili** in risposta alle esigenze del cliente, Sagapao ha strutturato molteplici servizi:

- **Branding eco-friendly:** il cuore del servizio di branding eco-friendly è la creazione di prodotti personalizzati che mettano al centro la sostenibilità. Sagapao s'impegna a utilizzare materiali e processi di produzione che riducano l'impatto ambientale e promuovano una maggiore consapevolezza di sostenibilità. Gli articoli eco-friendly sono molteplici: shopper in cotone biologico, riciclato, borracce in acciaio inossidabile, penne riciclate o biodegradabili, t-shirt e felpe in cotone organico, articoli tecnologici in plastica riciclata o biodegradabile e molto altro.
- **Percorso di consulenza e accompagnamento:** il desiderio è supportare il cliente in ogni fase del processo. A seguito di un processo di ascolto e condivisione di budget e tempistiche, seguirà la proposta di diverse alternative, anche sostenibili, per rendere i progetti promozionali unici ed efficaci. Il 60% dei progetti sono stati convertiti in sostenibili a seguito della nostra consulenza.
- **Progettazione su misura:** l'approccio alla progettazione su misura è guidato dalla passione per la creatività e dall'impegno verso la soddisfazione del cliente, convinti che ogni azienda abbia una storia unica da raccontare e una propria visione.
- **Logistica personalizzata:** avendo a cuore le esigenze dei clienti e rispondendo alle necessità Sagapao ha investito nel reparto logistico per garantire una gestione sicura di ogni progetto anche dal punto di vista logistico. Il servizio comprende consegne uniche o spedizioni multiple in ogni parte del mondo.

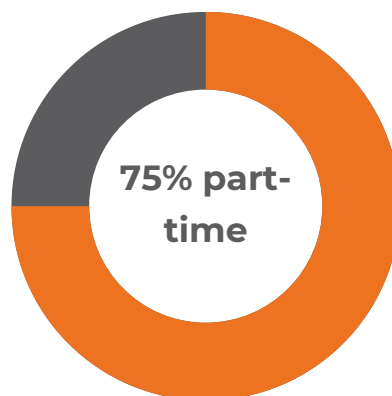
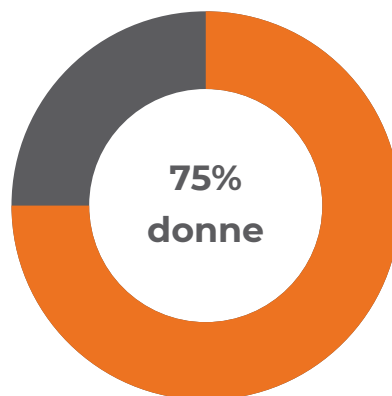
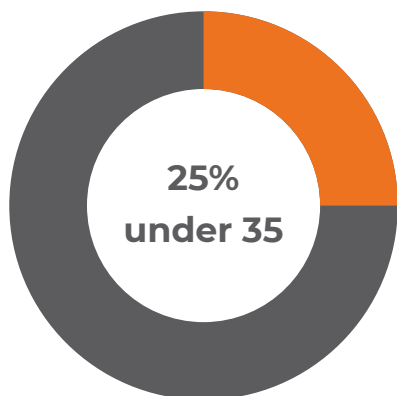
4. LAVORATORI

I lavoratori sono il **cuore pulsante** di Sagapao, svolgendo un ruolo centrale nella realizzazione della sua missione e nella creazione di un impatto positivo duraturo. Il loro valore va oltre il semplice contributo lavorativo, abbracciando l'innovazione, la cultura aziendale, la reputazione, la responsabilità sociale e la sostenibilità a lungo termine.

4.1 La composizione dell'organico

4 Dipendenti

44,2 età media



La composizione dell'organico

Rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti (full-time equivalente)

RAL Massima (full-time equivalente): 68.325,00 €

RAL Minima (full-time equivalente): 31.202,50 €

Rapporto: 2,19

Rapporto tra retribuzione annua lorda media dei dipendenti in base al genere (full-time equivalente)

RAL media Uomini (full-time equivalente): 48.921,00 €

RAL media Donne (full-time equivalente): 45.399,83 €

Rapporto: 1,08

Nel 2025 abbiamo accolto **tre percorsi di tirocinio**, aprendo le porte di Sagapao a giovani studenti del territorio. Hanno partecipato ragazzi dell'I.S.I.S. Paolo Carcano, indirizzo grafica e comunicazione, per 120 ore, e dell'IIS Leonardo da Vinci-Ripamonti per 80 ore. A questi si è aggiunto un tirocinio universitario in collaborazione con l'Università E-Campus nell'ambito della comunicazione, del marketing e dei social media, avviato nel 2025 e concluso nel 2026, per un totale di 150 ore.

Ogni percorso è stato pensato per offrire un'**esperienza formativa vera e significativa**. Dove previsto, abbiamo garantito la formazione di base sulla sicurezza sul lavoro. I tirocinanti hanno preso parte attiva alle attività aziendali, occupandosi, sulla base del proprio percorso formativo, di attività che hanno spaziato dal controllo qualità della merce, alle attività di finissaggio e cura del dettaglio fino al supporto nella realizzazione di grafiche e attività di comunicazione. Un coinvolgimento reale, che ha permesso loro di sviluppare sia competenze trasversali, come il lavoro in team, il rispetto dei tempi e delle regole, sia competenze tecniche legate al contesto operativo in cui sono stati inseriti.

Con questi percorsi, abbiamo voluto contribuire non solo alla crescita professionale e personale dei singoli studenti, ma anche al rafforzamento del dialogo tra scuola, impresa e comunità locale. Il tutto nella convinzione che **investire nella formazione delle nuove generazioni sia un atto di responsabilità verso la comunità e verso il futuro**.

4.2 Sviluppo professionale e personale delle risorse umane

Crediamo fermamente che la crescita di Sagapao passi attraverso la valorizzazione delle persone che la compongono, promuovendo un ambiente di lavoro in cui ognuno possa sentirsi parte attiva di un progetto condiviso e abbia tutti gli strumenti per realizzarsi. Per questo, ci impegniamo a costruire percorsi di crescita personale e professionale fondati sul riconoscimento delle competenze, sul potenziamento delle potenzialità individuali, sulla formazione continua e sulla condivisione delle responsabilità.

Nel 2025 abbiamo investito in attività formative che hanno coinvolto l'intero team, amministratore unico compreso, su temi diversificati e complementari, **dalla sostenibilità e le normative ESG all'intelligenza artificiale generativa, dalla parità di genere alle strategie commerciali e agli strumenti digitali.**

A questi si sono affiancati momenti di **aggiornamento professionale e di confronto con il mercato**, come la partecipazione a fiere di settore. Un insieme di esperienze che riflette la nostra volontà di tenere il passo con uno scenario in rapida evoluzione, investendo nelle competenze come leva strategica per la competitività, la qualità dei nostri servizi e il benessere organizzativo.

Ambito di formazione	N. partecipanti	Ore di formazione
Rendicontazione di sostenibilità, performance ESG e evoluzione normativa per le imprese.	1	2
Intelligenza Artificiale generativa	5	6
Parità di genere	5	2
Open Day presentazione prodotti fornitori	3	6
Master in tecniche di vendita	3	24
Partecipazione fiera di settore	3	6
Formazione sulle funzionalità e l'utilizzo del nuovo portale BigMat	2	2
Percorso formativo sulle strategie commerciali	2	24

4.3 Welfare aziendale e qualità dell'ambiente di lavoro

In Sagapao, la centralità delle persone si traduce concretamente nella volontà di creare un ambiente di lavoro positivo, inclusivo e attento alla qualità delle relazioni umane. Il lavoro non è solo una prestazione professionale, ma un'opportunità di crescita personale e collettiva, dove ciascun membro dell'organizzazione può esprimere appieno le proprie potenzialità, in un clima di fiducia, ascolto e collaborazione reciproca.

Promuoviamo una cultura del lavoro fondata sulla **condivisione delle responsabilità**, sulla disponibilità ad affrontare insieme difficoltà personali e professionali, e su relazioni improntate al rispetto e alla solidarietà. Tutto ciò si riflette anche nelle azioni messe in campo per migliorare il benessere psicofisico e sociale delle persone, supportando l'equilibrio tra vita lavorativa e privata e garantendo standard elevati di salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

La conciliazione tra tempi di vita e di lavoro viene promossa attraverso l'adozione di **orari flessibili**, che consentono a ciascun lavoratore di modulare in autonomia gli orari di ingresso e di uscita, nel rispetto delle esigenze organizzative aziendali e delle necessità individuali. Inoltre, per specifiche mansioni, viene prevista la possibilità di svolgere l'attività in modalità **smart working**, compatibilmente con le esigenze del team e con le preferenze del lavoratore, offrendo così un'ulteriore opportunità di adattamento alle diverse situazioni personali.

Il benessere quotidiano passa anche attraverso piccoli gesti concreti. Per questo, abbiamo investito nella creazione di una **nuova area break accogliente e funzionale**, con una postazione più ampia, dotata di distributori gratuiti di acqua e caffè. Qui, il momento della pausa diventa un'occasione collettiva di rilassamento e socializzazione. È consuetudine che, quando un collega prende il caffè, ci si alzi tutti per condividere insieme un momento di svago. Ogni collaboratore ha la propria tazza, un piccolo gesto che rafforza il senso di appartenenza e cura personale.

A fronte dell'aumento del costo della vita, riconosciamo l'importanza del **sostegno al potere d'acquisto dei lavoratori**. Per questo motivo, ogni anno vengono erogati premi aziendali sotto forma di voucher, spendibili per l'acquisto di beni di prima necessità o carburante, come misura concreta di welfare integrativo.

Nel 2025 abbiamo ottenuto la **Certificazione per la parità di genere (UNI/PdR 125:2022)**, un traguardo che testimonia il nostro impegno concreto verso la promozione di un ambiente di lavoro equo e inclusivo. Nell'ambito di tale percorso, è stato istituito il Comitato Guida per la Parità di Genere, con il compito di gestire e monitorare le tematiche legate all'inclusione e all'equità. Il Comitato supervisiona l'applicazione dei KPI definiti dalla Politica di parità di genere e ne verifica il raggiungimento nell'ambito del Piano Strategico aziendale. Sul piano organizzativo, sono state adottate policy e procedure specifiche in materia di diversità e parità di genere, tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro, segnalazione abusi/molestie, nonché gestione della comunicazione interna ed esterna orientata all'inclusività. Sul fronte della sensibilizzazione, è stato erogato un percorso formativo dedicato a tutto il personale, per diffondere una cultura consapevole e condivisa sui temi della parità e dell'inclusione.

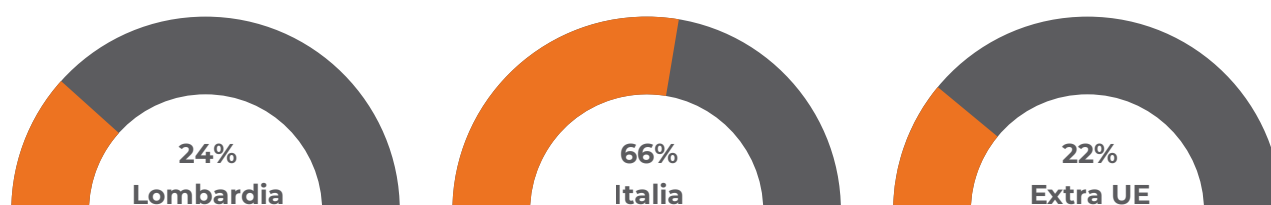
Operiamo infine nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di salute e sicurezza, in conformità al D.Lgs. 81/2008 e al proprio Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), che include anche la valutazione del rischio da stress lavoro-correlato. Il nostro impegno nel creare un ambiente sicuro e attento al benessere delle persone è confermato da un dato significativo: **negli ultimi cinque anni non si sono registrati infortuni sul lavoro**. Un risultato che testimonia la cultura della prevenzione e la costante attenzione alla tutela della salute dei lavoratori.

5. COMUNITA'

5.1 La catena di fornitura

La valutazione della catena di fornitura rappresenta un elemento strategico cruciale nel nostro percorso di trasformazione sostenibile, in quanto costituisce uno degli ambiti più delicati e impattanti del processo di integrazione dei criteri ESG (Environmental, Social, Governance) nelle attività aziendali.

77 FORNITORI



La **gestione etica e sostenibile** dell'intera catena del valore è fondamentale poiché riconosciamo l'importanza di agire responsabilmente non solo all'interno dell'organizzazione, ma anche nei confronti dei propri fornitori. Garantire che i nostri fornitori siano allineati ai valori e agli obiettivi di sostenibilità dell'organizzazione è fondamentale per promuovere una crescita responsabile e creare valore condiviso lungo tutta la filiera.

In quest'ottica, abbiamo aderito a **Synesgy**, la più ampia piattaforma digitale per la valutazione della sostenibilità ESG delle supply chain, sviluppata dal gruppo CRIF. Synesgy rappresenta il più grande network italiano e internazionale dedicato al monitoraggio ESG delle catene di fornitura.

Attraverso questa piattaforma, siamo in grado di:

- **Raccogliere e gestire dati strutturati sulla sostenibilità dei nostri fornitori**, grazie alla somministrazione di un questionario di self-assessment ESG;
- **Ottenere una valutazione ESG certificata**, con benchmarking rispetto al settore di riferimento e indicazioni concrete per lo sviluppo di azioni migliorative;
- **Monitorare le performance della supply chain** mediante dashboard analitiche, che consentono di segmentare i fornitori, identificare aree critiche e pianificare interventi correttivi o strategie di valorizzazione.

Questa adesione ci permette non solo di garantire maggiore trasparenza nella nostra filiera, ma anche di promuovere la crescita di un ecosistema più etico, resiliente e consapevole, in linea con i principi della sostenibilità e con le aspettative degli stakeholder.

Collaboriamo con fornitori selezionati, affidabili e rispettosi della legalità, scelti anche per il loro impegno verso la sostenibilità ambientale e sociale. Alcuni di essi sono certificati **EcoVadis**, ente internazionale di riferimento per la valutazione indipendente delle performance ESG delle aziende. Nei prossimi anni intendiamo rafforzare ulteriormente questo percorso, promuovendo una catena di fornitura sempre più responsabile e trasparente.

Certificazioni della catena di fornitura



Le norme OCS forniscono una certificazione indipendente per i tessuti realizzati con materiali di provenienza organica. Lo scopo di queste norme è garantire la tracciabilità e l'integrità dei materiali grezzi durante le varie fasi della produzione. Certificano la purezza del cotone organico utilizzato nei modelli che acquisti.



PETA è la più grande organizzazione al mondo che si occupa dei diritti degli animali, con più di 6.5 milioni tra membri e sostenitori. Le aziende, che hanno firmato la dichiarazione di garanzia PETA, hanno verificato che né loro, né i loro fornitori di materie prime, conducano, ordinino o paghino per testare le proprie formule e materie, prime o finite, sugli animali, da nessuna parte nel mondo. Ora e nel futuro



Si tratta di un sistema di controllo e certificazione indipendente e uniforme a livello internazionale che interessa le materie prime, i semilavorati e i prodotti finiti del settore tessile ad ogni livello di lavorazione. Lo Standard 100 by Oeko-Tex® analizza diverse centinaia di sostanze, tra cui coloranti azoici, formaldeide, pentaclorofenolo, cadmio nichel, sostanze chimiche pericolose per la salute, incluse quelle non ancora regolamentate per legge, classi di sostanze rilevanti anche per l'ambiente.



La certificazione si focalizza sui sistemi di gestione, sugli standard operativi ambientali e amministrativi implementati e sulla tracciabilità dei materiali plastici in ogni fase: lungo la catena di approvvigionamento, durante tutto il processo di riciclo e in fase di valutazione della conformità del contenuto riciclato nel prodotto (MPS). Tale valutazione si basa sui vari Standard EN sviluppati per la caratterizzazione dei riciclati di plastica.



E' uno standard promosso dalle principali organizzazioni internazionali leader nell'agricoltura biologica e attesta: il contenuto di fibre naturali da agricoltura biologica dei prodotti sia intermedi che finiti, il mantenimento della tracciabilità lungo l'intero processo produttivo, le restrizioni nell'uso dei prodotti chimici ed il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva, dalla raccolta in campo delle fibre naturali alle successive fasi manifatturiere, fino all'etichettatura del prodotto finito.



Attesta che l'azienda gestisce le proprie responsabilità ambientali in un modo sistematico e che contribuisce al pilastro ambientale della sostenibilità attraverso la strutturazione di un sistema di gestione ambientale basato su cinque principi di base: politica ambientale, pianificazione, implementazione e attività, controllo e revisione della gestione.



Attesta che l'azienda gestisce le proprie responsabilità ambientali in un modo sistematico e che contribuisce al pilastro ambientale della sostenibilità attraverso la strutturazione di un sistema di gestione ambientale basato su cinque principi di base: politica ambientale, pianificazione, implementazione e attività, controllo e revisione della gestione.

5.2 Inclusione, solidarietà e impegno per la comunità

Promuoviamo attivamente una cultura dell'inclusione e della valorizzazione della diversità, considerandole componenti essenziali per lo sviluppo sostenibile e la costruzione di una società più equa e solidale

Il nostro impegno si traduce in azioni concrete sia all'interno dell'organizzazione, attraverso pratiche inclusive e rispettose delle unicità di ciascuna persona, sia all'esterno, mediante il sostegno a iniziative che generano valore per la collettività, con particolare attenzione ai soggetti più vulnerabili.

Sosteniamo il **Banco Alimentare e l'Associazione Leali verso l'Umanità ODV** che, insieme alla **Cooperativa Sociale "Si Può Fare"** ed il supporto del **Comune di Vertemate con Minoprio**, hanno promosso iniziative concrete di solidarietà a favore del popolo ucraino colpito dal conflitto. Grazie a una rete di raccolta alimentare, il progetto ha fornito aiuti diretti ai profughi ucraini accolti in Italia e organizzato l'invio di viveri e beni di prima necessità in Ucraina.

Sosteniamo progetti e collaborazioni che favoriscono l'autonomia delle persone, il benessere sociale e la creazione di relazioni positive sul territorio. In questo contesto, riconosciamo nello sport un importante strumento educativo e di crescita personale. Per questo sosteniamo la **Virtus Basket di Cermenate (CO)**, la più grande associazione sportiva dilettantistica di basket della provincia di Como, impegnata a promuovere lo sport e a coinvolgere bambini e ragazzi in percorsi di inclusione, socializzazione e benessere.

Dedichiamo particolare attenzione anche alla promozione dell'inclusione lavorativa delle persone in condizioni di fragilità o con disabilità. In questo ambito si inseriscono le nostre partnership sociali in collaborazione con enti del Terzo Settore, pensate per generare opportunità di lavoro protetto e valorizzante. Tra queste, spicca la collaborazione con la **Cooperativa Sociale Penna Nera** di Mariano Comense, a cui vengono affidate attività di confezionamento ed assemblaggio. La cooperativa, attiva dal 1987, gestisce servizi socio-educativi e sanitari rivolti a persone con disabilità, tra cui un Centro Socio Educativo (CSE), una comunità alloggio e un ambulatorio di neuropsichiatria infantile. Anche la scelta di coinvolgere la cooperativa nella realizzazione dei cesti natalizi aziendali rappresenta un esempio virtuoso di economia di prossimità, che unisce solidarietà e attenzione al territorio.

Un ulteriore progetto rilevante è quello con **StirAttiva**, una stireria sociale situata a Vertemate con Minoprio (CO). Il laboratorio offre un'opportunità lavorativa concreta a donne in condizioni di difficoltà, consentendo loro di recuperare dignità, autonomia e progettualità attraverso il lavoro. Usufriamo dei servizi di StirAttiva, contribuendo così al sostegno dell'iniziativa ed alla promozione di



6. AMBIENTE

6.1 Riduzione dell'impatto ambientale

Ci impegnamo a ridurre l'impatto ambientale dei processi organizzativi, produttivi e di vendita, attraverso l'individuazione di soluzioni che garantiscano un'ottimizzazione dell'uso di risorse e materiali (energia, acqua, carta, toner, tessuti, altri materiali).

In relazione ai processi organizzativi e alla localizzazione della nuova sede, Sagapao incentiva la **riduzione degli spostamenti** in auto favorendo il ricorso a video-call per la gestione del rapporto con i clienti, contribuendo:

- alla riduzione delle emissioni di gas serra, in particolare quelle di CO₂ ;
- all'abbassamento dell'inquinamento dell'aria in relazione al monossido di carbonio, ossidi di azoto (NOx), composti organici volatili (VOC), PM10 e PM2.5.
- al contenimento dell'inquinamento acustico;
- alla diminuzione dell'inquinamento del suolo e delle acque.

Inoltre il **40%** dei collaboratori raggiunge la sede di Sagapao **a piedi**, riducendo così l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro.

All'interno dei propri processi produttivi e di vendita, non generiamo rifiuti speciali e ad alto impatto ambientale se non toner in quantità contenute, che vengono smaltiti da soggetti autorizzati secondo la normativa vigente.

Il resto dei rifiuti concerne carta, tessuti e plastica che vengono differenziati secondo la normativa comunale.

All'interno della sede sono stati inoltre posizionate segnaletiche e infografiche per assicurare il corretto smaltimento dei rifiuti e la loro differenziazione.

6.2 Consumo sostenibile e solidale

Nel dicembre 2024 abbiamo scelto di essere tra i soci fondatori della CERS del Lario ETS, una delle prime Comunità Energetiche Rinnovabili e Solidali multi-cabina della provincia di Como.

Il progetto ha coinvolto, nella sua fase iniziale, undici Comuni e oltre venti soggetti tra cittadini e imprese, distribuiti su quattro cabine primarie di distribuzione. Il territorio di riferimento abbraccia l'Olgiatese, l'Erbese, la bassa comasca e il Canturino, fino al confine con il Lecchese.

La nostra adesione come impresa fondatrice nasce dalla volontà di contribuire concretamente alla transizione energetica del territorio, promuovendo un **modello energetico partecipativo, sostenibile ed equo, e contrastando la povertà energetica**.

Il 2025 ha rappresentato un anno di costruzione e radicamento. La compagine sociale si è consolidata e allargata, con l'ingresso di 4 nuovi Comuni, 15 imprese, 1 cooperativa, 2 parrocchie, 2 associazioni e 100 nuovi soci privati. La composizione della base sociale rispecchia la natura eterogenea e inclusiva della comunità: 72% cittadini, 13% imprese, 11% Comuni e 4% enti non profit.

Sul piano delle attività, il 2025 è stato intenso: sono state organizzate 13 serate pubbliche presso i Comuni, 2 momenti formativi su temi quali energia nucleare, pace ed energia, 3 serate dedicate rispettivamente ad associazioni, parrocchie ed imprese, 5 incontri con la Camera di Commercio Como-Lecco e la partecipazione con uno stand alla fiera "L'Isola che c'è" di Villa Guardia. A queste si sono aggiunti 2 momenti riservati ai soci e 2 serate online. È stato inoltre attivato il sito ufficiale www.cersdellario.org, un gruppo WhatsApp con oltre 100 membri e una convenzione con 4 imprese socie del territorio per la gestione di uno sportello energia.

Pur essendo un anno preparatorio, il 2025 ha già generato benefici concreti: ha coinvolto la popolazione nella transizione energetica, creato una struttura associativa stabile e attivato un coordinamento inedito tra Comuni, imprese e cittadini. Dal 2026, con l'avvio dei flussi GSE (Gestore dei Servizi Energetici), sono attesi benefici più tangibili: riduzione della spesa energetica per famiglie ed imprese, ritorni economici al territorio tramite incentivi, finanziamento di progetti sociali ed ambientali, maggiore resilienza energetica locale ed una riduzione misurabile delle emissioni.

Consumo eco sostenibile

Oltre all'adesione a tale iniziativa, promuoviamo una **cultura del consumo responsabile** anche attraverso linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili.

Oltre all'adesione a tale iniziativa, promuoviamo una cultura del **consumo responsabile** anche attraverso lo sviluppo di linee di prodotto che favoriscono l'adozione di comportamenti sostenibili. In fase di consulenza e pianificazione della commessa, la politica aziendale prevede sempre la promozione dell'alternativa green. Il **branding eco-friendly** viene infatti **scelto dal 60% dei clienti** ed è stato predisposto un catalogo online ad hoc che mostra alcuni dei prodotti sostenibili. Tali prodotti comprendono shopper in cotone biologico e riciclato, borracce in acciaio inossidabile, penne riciclate o biodegradabili, t-shirt e felpe in cotone organico, articoli tecnologici in plastica riciclata o biodegradabile ed altro.



6.3 Consumi energetici

Nel 2025 i consumi di **energia elettrica** si sono attestati a **3.866 kWh**.

Per ridurre i consumi e limitare il nostro impatto ambientale, adottiamo alcune buone pratiche quotidiane: spegniamo le luci e le apparecchiature nelle aree inutilizzate, privilegiamo l'illuminazione a LED a basso consumo e sensibilizziamo il personale a un uso consapevole dei dispositivi elettrici.

Composizione del mix energetico anno 2025

Fonti primarie utilizzate	Composizione del mix energetico per contratto	Composizione del mix energetico nazionale usato per la produzione di energia elettrica immessa nel sistema elettrico	Composizione del mix energetico usato per la produzione di energia elettrica venduta
Fonti rinnovabili	8,04%	51,83%	8,04%
Carbone	11,88%	1,52%	11,88%
Lignite	0,00%	0,00%	0,00%
Gas Naturale	66,51%	42,01%	66,51%
Prodotti petroliferi	1,11%	0,47%	1,11%
Nucleare	5,03%	0,00%	5,03%
Altre fonti	7,43%	4,17%	7,43%

Nel 2025 i consumi di **gas** si sono attestati a **868 Smc**.

Come per l'energia, anche per l'impiego di gas, adottiamo alcuni accorgimenti pratici per limitare la nostra impronta ambientale. In particolare, manteniamo le temperature degli ambienti entro soglie ragionevoli, evitiamo dispersioni di calore tenendo porte e finestre chiuse durante il riscaldamento e spegniamo il riscaldamento nelle ore di inattività.

7. LA VALUTAZIONE DI IMPATTO

La metodologia di valutazione d'impatto si basa sullo standard internazionale **B Impact Assessment (BIA)** elaborato dall'ente non profit B Lab, che ha creato e promuove la certificazione B Corporation.

Il processo di valutazione si basa sulla compilazione di un assessment dettagliato che indaga l'impatto generato dall'azienda in relazione ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'**Agenda 2030 dell'ONU**.



7.1 Aree di valutazione d'impatto

Per testimoniare l'impegno ad operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente come indicato dal comma 378 dell'art. 1 della legge 208/2015 (la legge istitutiva delle Società Benefit), la valutazione dell'impatto di Sagapao si è focalizzata sulle seguenti aree di misurazione.



GOVERNANCE

Valuta il livello di trasparenza e responsabilità della società nel perseguire le finalità di beneficio comune, considerando in particolare la missione aziendale, l'etica, il coinvolgimento degli stakeholder, la trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate e la gestione dei clienti.

Anno 2023: 11.7

Anno 2024: 12.1



LAVORATORI

Valuta il rapporto con dipendenti e collaboratori considerando: retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita, qualità dell'ambiente di lavoro, soddisfazione, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza sul lavoro.

Anno 2023: 14.1

Anno 2024: 17.5



COMUNITA'

Valuta le relazioni dell'azienda con fornitori, territorio e comunità locali, considerando le iniziative di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, la gestione della diversità e dell'inclusione, la creazione di posti di lavoro e le azioni a supporto dello sviluppo locale e della catena di fornitura.

Anno 2023: 10.1

Anno 2024: 12.0



AMBIENTE

Valuta gli impatti e la gestione ambientale complessiva della società, considerando l'intero ciclo di vita di prodotti e servizi: uso di risorse, energia e materie prime, produzione, logistica e distribuzione, utilizzo da parte dei clienti, gestione dei rifiuti e fine vita.

Anno 2023: 3.4

Anno 2024: 10.8



CLIENTI

Valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti.

Anno 2023: 2.3

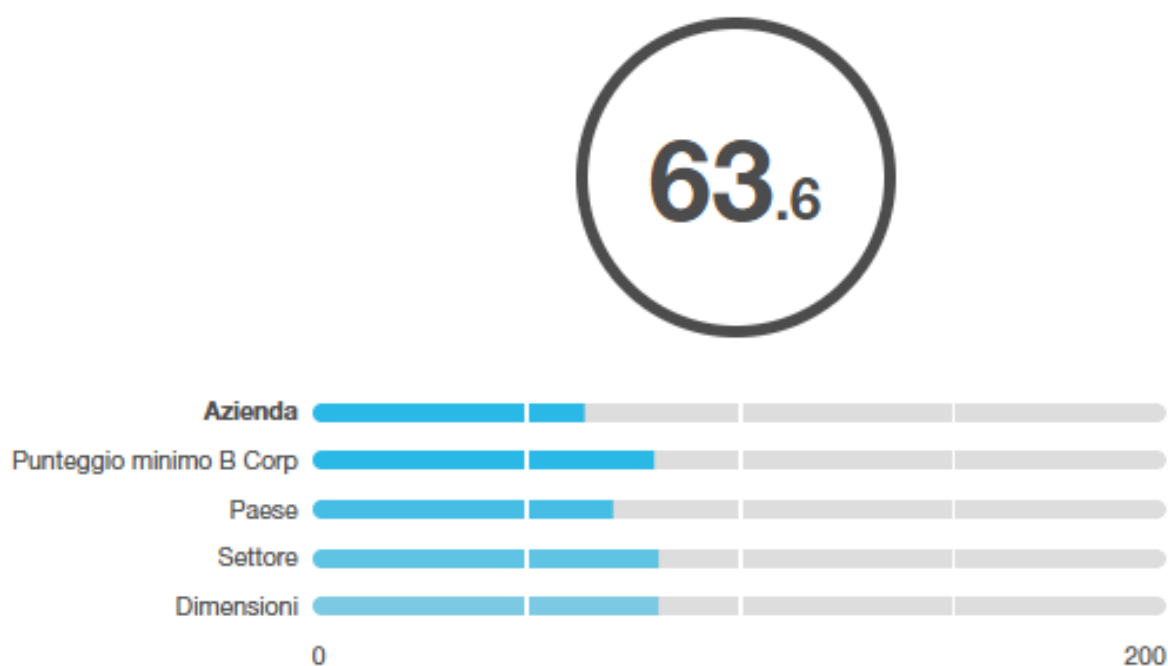
Anno 2024: 2.7

7.2 Il B Impact Score

Sull' B Impact Score è l'**indice sintetico che dà evidenza delle performance nelle aree di valutazione** sopra considerate, espresso su una scala di 200 punti. Oltre ad offrire una misura complessiva dell'impatto generato, lo strumento consente di contestualizzare i risultati attraverso raffronti specifici per area geografica, settore merceologico e dimensione aziendale, trasformando il punteggio in un riferimento concreto per il miglioramento continuo. I risultati del 2025 confermano la direzione intrapresa in questi anni: il B Impact Score è salito da 55.2 a **63.6**.

Il valore dell'indice va letto come un **dato dinamico**, in continua evoluzione: rappresenta un percorso ancora giovane, ma costruito con consapevolezza e visione. Il 2025 è il nostro terzo anno come Società Benefit e abbiamo ancora ampio margine per rafforzare il nostro impatto positivo.








In questa prospettiva, nelle pagine seguenti presentiamo il piano strategico d'impatto per il 2026, pensato per consolidare i risultati raggiunti finora e dare nuovo slancio alle azioni già avviate.















8. PIANO STRATEGICO DI IMPATTO 2026

In coerenza con la nostra natura di Società Benefit ed in ottica di miglioramento continuo, abbiamo definito anche per il 2026 un insieme di obiettivi mirati e strategici, nella prospettiva di **ampliare il nostro impatto positivo e integrare la sostenibilità in maniera sempre più strutturata nelle nostre scelte di impresa**. Obiettivi che non riguardano solo la nostra organizzazione interna, ma si estendono alla filiera, al territorio e alla comunità con cui ogni giorno ci relazioniamo.

Per ciascun obiettivo abbiamo definito dei **Key Performance Indicators (KPI)** specifici, sia quantitativi che qualitativi, quale base per la misurazione dell'efficacia e dell'impatto di ciascun intervento. In relazione all'Agenda 2030, vengono inoltre declinati gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile corrispondenti.

Obiettivo	KPI	Agenda 2030
Monitoraggio continuo ESG della supply chain	<ul style="list-style-type: none"> % di fornitori certificati EcoVadis % di fornitori in possesso di certificazioni di qualità % di piani di miglioramento ESG avviati dai fornitori % di fornitori che redigono il Bilancio di sostenibilità/Relazione di Impatto % di incremento di fornitori certificati ESG all'interno della supply chain % di incremento di fornitori con prodotti certificati 	   
Sviluppo di giovani talenti attraverso percorsi di tirocinio, sia in ambito scolastico che universitario	<ul style="list-style-type: none"> numero totale di studenti coinvolti numero di scuole, istituti e università partner tasso di completamento dei percorsi soddisfazione degli studenti sul percorso soddisfazione del tutor aziendale sul percorso 	  

Obiettivo	KPI	Agenda 2030
<p>Mantenimento e continuo miglioramento della UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere</p>	<ul style="list-style-type: none"> • n. riunioni del Comitato Guida per la parità di genere • n. di rilievi a seguito di audit • % di completamento dei KPI contenuti nel piano strategico • n. e impatto delle azioni migliorative • n. ore di formazione e sensibilizzazione sui temi D&I • mantenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 	 
<p>Customer care - valorizzazione dello Showroom sostenibile all'interno della nuova sede</p>	<ul style="list-style-type: none"> • n. di visite di clienti • percentuale di aumento del fatturato • quantità di energia consumata • livello di fidelizzazione dei clienti • livello di consapevolezza del marchio associato al nuovo showroom • aumento delle relazioni con i clienti 	   
<p>Ampliamento dei prodotti sostenibili a catalogo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • n. totale di prodotti sostenibili aggiunti al catalogo • % di prodotti sostenibili rispetto al totale dei prodotti presenti nel catalogo • n. e la tipologia di certificazioni di sostenibilità dei prodotti • valutazioni e recensioni dei clienti • totale delle vendite generate dai prodotti sostenibili nel catalogo • % di imballaggi riciclabili rispetto al totale degli imballaggi utilizzati 	   

Obiettivo	KPI	Agenda 2030
<p>Creazione di nuove commesse solidali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • n. di nuove commesse solidali • n. di nuove partnership con Enti del Terzo Settore • n. di persone con fragilità impiegate nell'ambito delle commesse • % di commesse solidali rispetto al totale delle commesse • livello di soddisfazione dei clienti • % di clienti che rinnovano o ampliano le loro commesse solidali. • n. di interazioni, condivisioni e menzioni sui social media relative alle commesse solidali 	
<p>Networking con altre Società Benefit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • n. totale di nuove collaborazioni avviate • n. di eventi di networking, conferenze, workshop e seminari a cui l'azienda partecipa • n. di accordi formali di collaborazione firmati con altre società benefit • n. di citazioni e menzioni nei media relative alle collaborazioni con altre società benefit • n. di nuovi contatti strategici acquisiti attraverso attività di networking • valutazione qualitativa delle collaborazioni basata su feedback, risultati raggiunti e impatto generato • livello di soddisfazione dei partner di networking • numero e qualità delle idee innovative e delle conoscenze condivise attraverso le collaborazioni 	

Obiettivo	KPI	Agenda 2030
<p>Installazione di pannelli solari nella sede e produzione, condivisione e utilizzo di energia rinnovabile all'interno della CERS del Lario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ammontare di energia (kWh) rinnovabile prodotta • ammontare di energia condivisa (kWh) da Sagapao all'interno della CERS del Lario • % di autoconsumo energetico coperto da energia condivisa all'interno della CERS • tasso di partecipazione a riunioni, assemblee o tavoli tecnici della CERS a cui Sagapao ha partecipato • n. di proposte progettuali o iniziative locali promosse da Sagapao all'interno della CERS • n. di stakeholder (clienti, partner, fornitori) coinvolti o sensibilizzati dall'azienda 	   



info@sagapao.com

031 90 14 34

***Via Canturino, 6 Vertemate con Minoprio
(CO) - 22070 Italy***