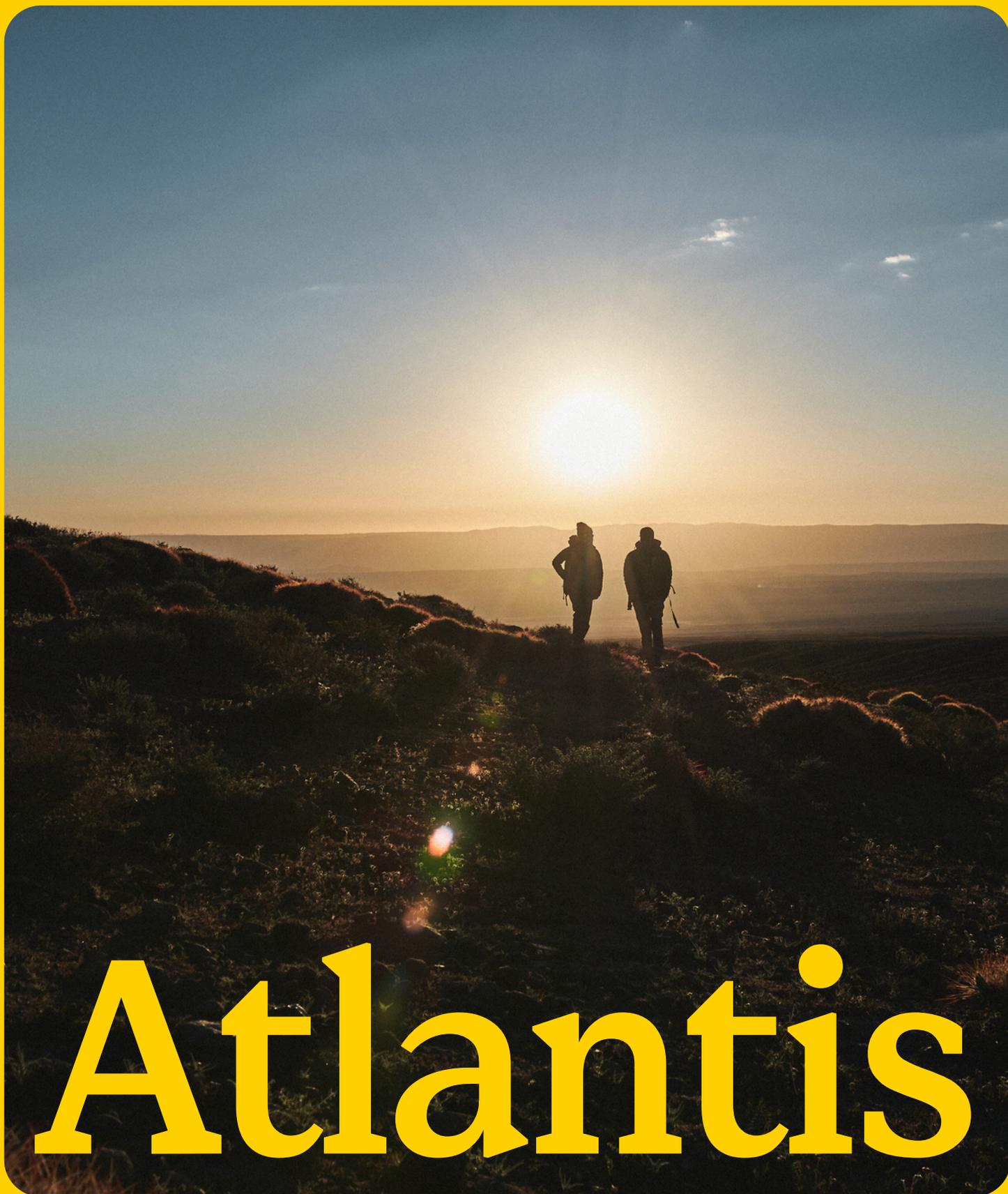


MASTER ITALIA S.p.A.
Società Benefit



Relazione di Impatto 2024

Relazione di Impatto 2024

Sommario

Lettera del CEO	<u>2</u>
Lettera del Responsabile di Impatto	<u>3</u>
l'Inizio di un Nuovo Capitolo	<u>4</u>
La Società Benefit: un nuovo modello imprenditoriale	<u>5</u>
Le tappe fondamentali della sostenibilità: 2014-2025	<u>5</u>
Master Italia S.p.A.: Una Storia di Passione e di Design	<u>6</u>
Purpose, Vision, Mission e Valori	<u>8</u>
Il Nostro Impegno: Le Finalità di Beneficio Comune	<u>9</u>
Guida alla Lettura della Relazione di Impatto	<u>12</u>
La Valutazione dell'Impatto 2024	<u>14</u>
B Impact Assessment (BIA)	<u>35</u>
Gli obiettivi da raggiungere nel 2025	<u>36</u>
Conclusioni	<u>50</u>

Lettera del CEO

Cari Stakeholder,

nel gennaio 2024 abbiamo scelto di rendere esplicito e vincolante un impegno che da anni già guida le nostre azioni: fare impresa con responsabilità, pensando non solo al profitto, ma anche all'impatto che generiamo sulle persone, sull'ambiente e sulle comunità che ci circondano.

La trasformazione in Società Benefit segna l'inizio di un nuovo capitolo per Master Italia. Non si tratta di una semplice modifica statutaria, ma della formalizzazione di un percorso costruito nel tempo, con coerenza, partecipazione e responsabilità.

Diventare Società Benefit è stata una scelta consapevole e strategica, ma soprattutto coerente con ciò che siamo. Abbiamo sentito l'esigenza di rendere la sostenibilità un elemento vincolante della nostra governance e di integrarla in ogni processo, decisione e relazione. Per questo abbiamo rinnovato il Consiglio di Amministrazione, definito nuove finalità di beneficio comune, coinvolto attivamente i nostri collaboratori e rinnovato il Comitato di Sostenibilità, ufficializzandolo, con il compito di guidare e monitorare il cambiamento.

Oggi più che mai, crediamo che la sostenibilità e l'etica debbano essere i cardini del nostro modo di fare impresa. Non per dovere, ma per convinzione. Perché vogliamo che Master Italia sia un'azienda capace di durare nel tempo, capace di ispirare fiducia, capace di innovare. E soprattutto, capace di assumersi la responsabilità delle proprie scelte, a partire da quelle più difficili.

Essere una Società Benefit significa impegnarci ogni giorno a ridurre il nostro impatto ambientale, a migliorare la qualità delle relazioni interne ed esterne, a generare un cambiamento positivo che sia condiviso. Significa, in sostanza, non separare più il successo economico dall'impatto sociale e ambientale.

Con questa prima Relazione di Impatto vogliamo raccontarvi dove siamo arrivati, ma soprattutto dove vogliamo andare.

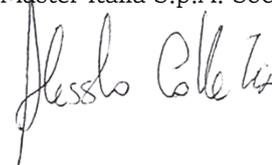
È un invito alla trasparenza, alla collaborazione e alla condivisione. Perché siamo convinti che un'impresa responsabile non cresca da sola, ma insieme al suo ecosistema. Crediamo che la sostenibilità non si costruisca da soli, ma si moltiplichi in rete, tra imprese, clienti, fornitori, istituzioni. Ogni volta che scegliamo di destinare meglio le nostre risorse, che supportiamo chi lavora nella nostra stessa direzione, costruiamo un impatto che va oltre l'azienda.

Grazie per essere parte di questo percorso.

Concludo con una domanda, rivolta agli imprenditori, la stessa che mi pongo ogni giorno, anche nei tempi più incerti, nei mercati che spesso ci sfidano e ci sorprendono, a tratti quasi irriconoscibili: di che cosa vogliamo siano fatti i nostri margini?

La risposta sincera è ciò su cui si gioca la credibilità del domani.

Alessandro Colle Tiz
Presidente
Master Italia S.p.A. Società Benefit



Lettera del Responsabile di Impatto

Cari Stakeholder,

queste parole vogliono raccontare il percorso che ci ha portati fin qui, più che la Relazione in sé.

Per la prima volta da quando mi occupo di sostenibilità in Master Italia, percepisco con chiarezza che l'ESG non vive più solo tra le pareti dell'ufficio sostenibilità, ma respira all'interno di tutte le aree aziendali. La prova più tangibile è l'ufficializzazione di un nuovo Comitato di Sostenibilità che le rappresenta: un nuovo punto di partenza che rappresenta una promessa di miglioramento continuo.

I due bilanci di sostenibilità precedenti ci hanno permesso di guardarci dentro e misurare le nostre azioni. Ma l'approccio della Relazione di Impatto – e, in senso più ampio, della forma giuridica di Società Benefit – ci accompagna su un altro piano: ci spinge a superare la logica delle performance per interrogarci sull'impatto reale delle nostre azioni.

Abbiamo fatto tanto? Forse. O forse poco. Ma il tema centrale non è più quanto abbiamo fatto, bensì che cosa ha generato ciò che abbiamo fatto: l'impatto dei nostri impegni, dei nostri sforzi, degli investimenti, e anche delle nostre mancanze. Le volte in cui “non siamo arrivati in tempo” contano tanto quanto i risultati raggiunti, perché anch'esse ci aiutano a capire dove agire e come evolvere.

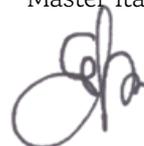
Siamo stati spinti a riflettere sul perché profondo di quello che vogliamo fare, misurandolo su aree specifiche. Questo passaggio di consapevolezza non è stato semplice, ma è stato necessario. Comprendere che essere una Società Benefit ci offre ordine, priorità e pianificazione ci dà anche il coraggio di guardare avanti, in un contesto fatto di trasformazioni rapide e crescente complessità, dove restare ancorati al presente sembra spesso l'unica opzione.

Questo percorso lo dobbiamo a tutte le persone che ci hanno accompagnato fino a qui, anche attraverso momenti di confronto e rottura, che ci hanno fatto capire una cosa essenziale: senza un impatto positivo su più fronti, nessuna azienda può davvero durare.

Molte aziende oggi si trovano in un momento di transizione delicato, ma pieno di stimoli. È un passaggio generazionale, ma anche di visione e responsabilità manageriale. È il momento in cui una piccola azienda si fa impresa e deve decidere come farlo. E può trovarsi impreparata su molti fronti, ma non può mancare di visione. Siamo – e restiamo, con responsabilità – un'azienda for-profit. Ma siamo altrettanto consapevoli che oggi fare impresa non può limitarsi alla generazione di profitto. Per noi, il valore economico ha senso quando accompagnato da una visione più ampia. Perseguire il profitto con responsabilità significa scegliere ogni giorno di generarlo a partire da una Governance consapevole, nel rispetto delle persone, dell'ambiente e della comunità a cui apparteniamo.

Come Responsabile di Impatto, e insieme al Comitato di Sostenibilità, ci impegniamo a continuare a convogliare le energie di tutto il nostro straordinario team – e degli stakeholder che ogni giorno camminano con noi – verso un impatto sempre più consapevole, coerente e migliorativo.

Elisa Pavan
Responsabile d'Impatto
con il Comitato di Sostenibilità
Master Italia S.p.A. Società Benefit



L'inizio di un nuovo capitolo

Appartenere al settore del tessile, un settore centrale per aprire la strada a un'economia che porta alla sostenibilità, pone il problema dell'impatto che questa attività ha a livello di produzione sia nell'ambito ambientale che sociale.

La rivoluzione sostenibile parte dalla testa e così, con questa consapevolezza, abbiamo deciso di intraprendere un **percorso** che ci ha portato a **trasformarci in Società Benefit**, per accrescere il senso di responsabilità non solo dell'azienda ma anche dei nostri stakeholder.

A gennaio 2024 Master Italia S.p.A. diventa Società Benefit modificando oltre al nome commerciale, che diventa **Master Italia S.p.A. – Società Benefit a Socio Unico, prospettive e strategia** e integrando nell'oggetto sociale dello statuto, insieme allo scopo del business, anche l'obiettivo di **migliorare l'impatto sulle persone e sull'ambiente**.

Questa decisione importante rafforza l'**impegno** dell'azienda e del brand Atlantis Headwear nel guidare il cambiamento nel mercato dell'headwear **sostenibile**.

Una scelta che conferma il bene comune e la trasparenza delle decisioni come pilastri del modello aziendale, un messaggio di cambiamento ed evoluzione che testimonia la direzione delle attività: dai clienti ai fornitori, dalle collaboratrici ai collaboratori fino alla comunità territoriale, ogni stakeholder è parte di una visione sistemica e condivisa per la costruzione di un **futuro più etico e responsabile**.

Il cammino verso la sostenibilità è stato parte integrante del business fin dal **2018**, rendendo la trasformazione in Società Benefit il naturale sviluppo di un percorso che parte da lontano, che si costruisce giorno per giorno, e che si concretizza in un momento di immensa fierezza e realizzazione che apre le porte ad un nuovo capitolo.

Una scelta ponderata, che richiede un processo di **crescente consapevolezza** iniziato nel **2022**. Per individuare le finalità di beneficio comune, sono stati avviati incontri di **formazione e workshop**, inizialmente con il board e alcune figure apicali e, successivamente, con un gruppo di riferimento di dipendenti. La prima necessità emersa è stata quella di integrare la Governance aziendale con una **figura esperta di sostenibilità**. A maggio 2023 è stata modificata la composizione del CdA con la nomina di una figura che ha portato le giuste competenze per poter proseguire la trasformazione societaria e integrare la sostenibilità nelle attività aziendali.

A dicembre del **2023** si è conclusa la **stesura delle finalità di beneficio comune** da riportare nel nuovo oggetto sociale e, grazie al coinvolgimento di tutti i dipendenti, sono stati programmati gli **obiettivi specifici e le azioni per l'anno 2024**.

A gennaio **2024** Master Italia SpA si è trasformata in Società Benefit integrando il proprio oggetto sociale con le finalità di beneficio comune, intese come il **perseguimento di uno o più effetti positivi o riduzione degli effetti negativi su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti ed associazioni e altri portatori di interesse**.

Contestualmente, è stata nominata **Responsabile di Impatto** Elisa Pavan, responsabile, insieme al management, di assicurare che la società persegua il proprio scopo dichiarato di beneficio comune, di supportare gli amministratori nelle analisi e verifiche, di coordinare l'attuazione delle attività funzionali al perseguimento degli obiettivi, di supportare il monitoraggio degli obiettivi specifici e la predisposizione della relazione annuale, promuovendo inoltre la trasparenza dell'impatto generato.

La Società Benefit: un nuovo modello imprenditoriale

La Società Benefit costituisce un vero e proprio status giuridico, riconosciuto dall'ordinamento italiano e regolata dall'art. 1, co. 376-382, della **legge n. 208** del 28 dicembre 2015, per il perseguimento assieme ad un'attività economica a scopo di lucro, di un secondo fine legato al sostentamento di persone, comunità, territori, ambiente, attività culturali e sociali.

Non costituisce una nuova forma giuridica ma rappresenta una **evoluzione delle società tradizionali**, un nuovo modello di società, **un nuovo modello imprenditoriale** che traccia la rotta per un futuro più sostenibile, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 fissati dall'Organizzazione delle Nazioni Unite. Una concreta opportunità per una visione che punti a creare valore, perseguendo anche gli interessi di tutti i portatori di interesse.

Le tappe fondamentali della sostenibilità: 2014-2025



Master Italia S.p.A.: una storia di passione e di design

Master Italia S.p.A. pone le sue radici nel veneziano nel 1995 quando Gianni Pasin, un imprenditore visionario che ha maturato la sua intuizione attraverso numerosi viaggi internazionali, decide di mettere la sua esperienza e passione al servizio di una visione chiara, specializzandosi in un unico prodotto: il cappellino da baseball.

Nel pieno degli anni Novanta, favorito dall'aumento della domanda di prodotti promozionali personalizzati e articoli di merchandising, decide di creare un'azienda italiana destinata a diventare un **player di riferimento del settore headwear**, valorizzando partnership internazionali.

Attraverso un percorso di sviluppo caratterizzato da impegno, integrità, etica e grazie al contributo della seconda generazione di Master Italia, guidata da Alessandro Colle Tiz, è diventata un'**eccellenza nella progettazione e fornitura di cappelli di alta qualità guidata dalla innovazione costante, dalla internazionalizzazione e da un impegno per una produzione sempre più responsabile e rispettosa del pianeta e delle persone.**

Valorizzando le sinergie e il know-how acquisito, Master Italia ha sviluppato due principali divisioni di business:

Atlantis Headwear specializzata nella produzione di collezioni del brand Atlantis, nato quasi contemporaneamente alla fondazione dell'azienda che vive negli ultimi dieci anni un'importante crescita determinata da vari fattori, il primo ad individuare nella sostenibilità l'obiettivo a lungo termine da perseguire, intriso di tutti i valori aziendali.

Custom Made specializzata nell'affiancare aziende e brand di diversi segmenti nella creazione di custom headwear, con un approccio full service ad alto valore aggiunto. Dall'idea al design, dalla campionatura alla fornitura del prodotto finito per fashion, sportswear, automotive, racing e merchandising, collaborando attivamente con i principali eventi sportivi e musicali di tutto il mondo.

Queste divisioni pesano equamente sui ricavi aziendali, con Atlantis che rappresenta il 55% del fatturato 2024 e il Custom Made, rispettivamente, il 45%.

Nel 2024, Master Italia ha consolidato il proprio percorso di crescita, registrando un incremento significativo degli ordini acquisiti e del fatturato rispetto all'anno precedente.



La solidità del brand Atlantis, la continua attenzione alla sostenibilità, la digitalizzazione dei processi e la capacità di interpretare i bisogni del mercato si confermano elementi chiave della competitività aziendale.

L'export continua a rappresentare un pilastro strategico del business model, con un presidio sempre più ampio anche nei mercati internazionali più competitivi, tra cui gli Stati Uniti.

La definizione del piano industriale 2024-2029 apre una nuova fase di sviluppo per Master Italia, orientata all'innovazione, all'internazionalizzazione e alla responsabilità ESG, in coerenza con la visione benefit di lungo termine.

Questo percorso di crescita è il risultato del grande patrimonio di competenze interne, dell'investimento nella digitalizzazione, della profonda conoscenza del mercato e della capacità di anticipare i bisogni dei clienti, integrando sostenibilità e innovazione in ogni ambito dell'attività aziendale.

La nostra passione in numeri

I nostri numeri parlano di un progetto imprenditoriale in continua crescita, dove a contare davvero sono le persone e la loro capacità di rendere concreta una visione.

30

anni di know-how ed esperienza

100

+ milioni di cappelli consegnati in tutto il mondo

1500

+ articoli in collezione

800

+ articoli ridotto impatto ambientale

50

+ persone, di cui 61% donne

1

Relazione di Impatto

2

Bilanci di Sostenibilità

2

Codici, uno Etico e uno di Condotta

Purpose, Vision, Mission e Valori

Purpose

Diffondiamo la cultura della sostenibilità vestendo menti, non semplici teste

Il nostro impegno va oltre la mera produzione di accessori: il nostro obiettivo è quello di influenzare positivamente il pensiero e la consapevolezza delle persone riguardo alla sostenibilità, aspirando a promuovere un cambiamento profondo nella mentalità dei nostri stakeholders, a partire dalla nostra evoluzione come impresa che vuole contribuire attivamente al beneficio comune. Creiamo mindswear, non solo headwear.

Vision

Diventare il punto di riferimento globale nel settore dell'headwear, riconosciuti per la nostra responsabilità sociale e ambientale, la continua innovazione e servizio di valore. Perseguiamo un modello di business orientato al lungo termine, impegnandoci a valorizzare il capitale umano e con l'obiettivo di lasciare un impatto positivo e duraturo su persone e ambiente.

Mission

Sviluppiamo soluzioni headwear con un approccio full-service, orientato a garantire un'esperienza che soddisfi e fidelizzi il cliente.

Crediamo nella potenza del prodotto che rappresentiamo: il cappellino. Perché quello che le persone indossano sia capace di raccontare la loro storia e diventi manifesto di stile, qualità, innovazione e responsabilità.

Valori



Rispetto

Per Persone ed Ambiente. Al centro del nostro agire ci sono le persone e il pianeta. Siamo impegnati a generare impatti sociali positivi e a ridurre l'impronta ambientale, promuovendo benessere e sostenibilità lungo tutta la catena del valore.



Integrità

Agiamo con trasparenza, etica e responsabilità. L'integrità guida ogni decisione e relazione, interna ed esterna, ed è il pilastro della fiducia che costruiamo ogni giorno.



Innovazione

Guardiamo avanti con spirito aperto e curioso. La costante ricerca di soluzioni nuove ci consente di evolvere, migliorare i processi, i prodotti e di anticipare le sfide del nostro settore con uno sguardo responsabile.



Qualità

Impegnati a offrire prodotti di alta qualità per un valore duraturo, onorando la promessa fatta ai nostri clienti.

Il nostro impegno

Le finalità di beneficio comune individuate da Master Italia si possono raggruppare in **6 macro aree** il cui perseguimento contribuisce al raggiungimento degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030**.

Le finalità perseguite rappresentano l'espressione di un **nuovo paradigma evoluto di fare impresa** che mette nero su bianco **nello statuto**, che è stato opportunamente integrato, il proprio impegno affiancando, alla tradizionale attività economica l'obiettivo di realizzare, nell'esercizio dell'impresa, **uno o più effetti positivi** o la **riduzione degli effetti negativi** nei confronti di una o più categorie ricomprese fra **persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse**.



Le finalità di beneficio comune di Master Italia S.p.A. – Società Benefit a Socio Unico (ex art. 2 dello statuto della società)

Governance

SCOPO AZIENDALE
VALORI AZIENDALI
CUSTODIA DELLA CULTURA
SOSTENIBILITA' PERVASIVA
TRASPARENZA

Ambiente

CAMBIAMENTO CLIMATICO
TUTELA AMBIENTALE

Prodotto

ECONOMIA CIRCOLARE
INNOVAZIONE E
DIGITALIZZAZIONE
R&D
CONSAPEVOLEZZA DELLE SCELTE
DI ACQUISTO

Catena di Fornitura

DIRITTI UMANI E SICUREZZA
FORNITORI
CLIENTI

Persone

WELLBEING
FORMAZIONE
INCLUSIONE
RELAZIONE

Comunità

SOCIETA' CIVILE
PARTNERSHIP
NETWORK VIRTUOSO

Le finalità di beneficio comune

Governance

F1

Rafforzare e perseguire lo **scopo aziendale** con il paradigma dell'economia civile per far crescere il bene comune della comunità e del territorio in cui opera.

F2

Condividere e aggiornare i **valori aziendali** per stimolare le persone ad esprimere le proprie potenzialità per il bene personale, dell'organizzazione e per il bene comune.

F3

Lavorare su una visione a lungo termine per trasmettere alle nuove generazioni la volontà di integrare costantemente i temi emergenti dalla sostenibilità con i valori aziendali, affinché tale **cultura venga custodita**, tutelata e diventi parte integrante del valore dell'impresa.

F4

Rendere **pervasiva la sostenibilità** nella struttura di governance e in tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

F5

Impegnarsi a comunicare con la massima **trasparenza** le decisioni e le scelte aziendali.

Ambiente

F1

Ridurre il proprio impatto sul **cambiamento climatico**, ponendo attenzione alla corretta gestione dei rifiuti, alla riduzione delle emissioni di CO2, all'efficientamento energetico.

F2

Promuovere progetti di **tutela ambientale** per aumentare la sensibilizzazione alla salvaguardia dei territori e per preservare la biodiversità.

Prodotto

F1

Sviluppare prodotti di qualità tenendo conto dell'intero ciclo di vita e dei principi dell'**economia circolare** per un utilizzo di materiali a basso impatto ambientale, di elevata durabilità.

F2

Sostenere l'innovazione continua del prodotto grazie alla **digitalizzazione** dei processi e a **nuove tecnologie**, cercando di avere un approccio olistico e dove possibile rigenerativo per la cura degli ecosistemi.

F3

Perseguire attività di **ricerca e sviluppo** che consentano di trovare soluzioni per allungare la fase d'uso dei propri prodotti, per utilizzare materie prime con impatto ambientale e rischi sociali inferiori rispetto alle alternative convenzionali.

F4

Fornire al consumatore informazioni relativamente ai prodotti e alla catena di fornitura tali da renderlo **consapevole delle scelte di acquisto**.

Le finalità di beneficio comune

Catena di fornitura

F1

Tutelare il rispetto dei **diritti umani** nella **qualità** e **sicurezza del lavoro**.

F2

Monitorare i propri **fornitori** e contribuire attivamente per un'educazione alla tutela dell'ambiente, al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla lotta alla corruzione.

F3

Soddisfare le aspettative del **cliente** utilizzando diverse modalità finalizzate ad ottenere un miglioramento nei processi della catena della fornitura.

Persone

F1

Porre attenzione al **benessere**, all'equilibrio vita-lavoro, alla sicurezza aziendale e ai luoghi di lavoro salubri promuovendo attività di prevenzione della salute.

F2

Sostenere la **formazione** per favorire la crescita personale dei dipendenti e collaboratori e sviluppare una cultura di condivisione delle conoscenze.

F3

Promuovere l'**inclusione** a prescindere da età, genere, disabilità, razza, etnia, religione o altro per valorizzare il pluralismo e la diversità con equità.

F4

Rafforzare le **relazioni** tra le persone per aumentare la fiducia reciproca in modo da stimolare la collaborazione a tutti i livelli.

Comunità

F1

Rispondere ai bisogni del territorio sostenendo e promuovendo attivamente progetti e iniziative a favore della **società civile**.

F2

Sostenere **proposte formative innovative** che possano coinvolgere fornitori, distributori, clienti, scuole e istituzioni.

F3

Creare un **network virtuoso** per condividere buone pratiche e informazioni al fine di diffondere conoscenza, necessaria per comprendere l'impatto delle azioni.

Guida alla lettura della Relazione di Impatto

Master Italia in seguito alla precisa scelta statutaria di perseguimento delle **finalità di beneficio comune** ogni anno individua gli **obiettivi specifici**, **pianifica** e **monitora** le azioni utili per raggiungere tali obiettivi tramite **adeguati indicatori** che misurano gli effetti generati.

Questa nostra prima **Relazione di Impatto** si riferisce al periodo **01.01.2024-31.12.2024** e riporta la descrizione degli **obiettivi specifici**, delle **azioni** attuate, dei risultati raggiunti per il perseguimento delle finalità di beneficio comune, la **valutazione dell'impatto generato nel corso del 2024**, la **pianificazione di nuove azioni e obiettivi per il 2025** rispetto alle finalità di beneficio comune.

E' stato implementato un processo di raccolta ed elaborazione di dati e di informazioni per la misurazione degli effetti generati dallo svolgimento delle attività aziendali secondo le **macroaree di beneficio comune**, affiancate da standard internazionali quali gli ESG (**Environmental, Social e Governance**), i tre pilastri della sostenibilità che identificano l'informativa non finanziaria del modello di business di un'azienda, gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (Sustainable Development Goals - SDGs) dell'Agenda 2030 fortemente legati agli ESG e i Principi del Global Compact delle Nazioni Unite.

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi di 193 Paesi membri dell'ONU. Comprende **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile** e **169 target o traguardi**. Il settore del business ricopre un ruolo centrale ai fini dell'effettivo raggiungimento dei Sustainable Development Goals in quanto driver principale dello sviluppo economico; pertanto, le imprese di tutto il mondo, di qualsiasi dimensione e settore produttivo, possono dare un contributo importante attraverso nuovi modelli di business responsabile, investimenti, innovazione, sviluppo tecnologico e attivazione di collaborazioni multi-stakeholder.

Il **Global Compact delle Nazioni Unite** incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale ed ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile dei principi fondamentali quali i **diritti umani**, **gli standard lavorativi**, **la tutela dell'ambiente** e **la lotta alla corruzione**.

Master Italia ha aderito a questa iniziativa strategica nel 2017.



WE SUPPORT



Guida alla lettura della Relazione di Impatto

Inoltre, per una Società Benefit utilizzare i GRI Standards emanati dal **Global Reporting Initiative (GRI)** per la rendicontazione delle performance di sostenibilità aziendali costituisce una base dati solida e comparabile. Con l'evoluzione della normativa europea e a seguito della pubblicazione da parte dell'European Financial Reporting Advisory (EFRAG) degli standard europei di rendicontazione di sostenibilità (ESRS) si rende tuttavia necessario utilizzare gli ESRS per poter disporre di una comunicazione univoca.

Nelle tabelle riportate nelle pagine successive si riportano gli indicatori/KPI che misurano gli effetti generati dalle azioni introdotte sugli stakeholder. Per ogni KPI viene indicato se si tratta di uno standard internazionale o se è personalizzato sulla base delle caratteristiche di Master Italia e la modalità di misurazione.

Per la misurazione dell'impatto generato, ci si è avvalsi anche dello standard di valutazione esterno BIA (B Impact Assessment) previsto dalla legge n. 208/2015 sulle Società Benefit.

La relazione viene allegata al bilancio di esercizio di Master Italia 2024 per essere depositata presso la Camera di Commercio a corredo dei documenti che compongono il Bilancio Civile e successivamente pubblicata sul sito internet nella sezione interamente dedicata alla Sostenibilità.

I 10 PRINCIPI DELL'UN GLOBAL COMPACT



DIRITTI UMANI

- 1 Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;
- 2 assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.



LAVORO

- 3 Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;
- 4 l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;
- 5 l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;
- 6 l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.



AMBIENTE

- 7 Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali;
- 8 intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;
- 9 incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.



LOTTA ALLA CORRUZIONE

- 10 Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Governance ESG G



Le finalità di beneficio comune

F1

Rafforzare e perseguire lo **scopo aziendale** con il paradigma dell'economia civile per far crescere il bene comune della comunità e del territorio in cui opera.

F2

Condividere e aggiornare i **valori aziendali** per stimolare le persone ad esprimere le proprie potenzialità per il bene personale, dell'organizzazione e per il bene comune.

F3

Lavorare su una visione a lungo termine per trasmettere alle nuove generazioni la volontà di integrare costantemente i temi emergenti dalla sostenibilità con i valori aziendali, affinché tale **cultura venga custodita**, tutelata e diventi parte integrante del valore dell'impresa.

F4

Rendere **pervasiva la sostenibilità** nella struttura di governance e in tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

F5

Impegnarsi a comunicare con la massima **trasparenza** le decisioni e le scelte aziendali.

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Scopo della società	condivisione di vision, mission e valori aziendali con i dipendenti	tempistica	dicembre	non raggiunto
F3	Responsabile di impatto	nomina responsabile di impatto	tempistica	gennaio	gennaio
		istituzione Comitato di Sostenibilità	tempistica	dicembre	dicembre
F4	Trasparenza e responsabilità	predisposizione bozza Piano Industriale	tempistica	dicembre	dicembre

Fonte dati: CdA

La Valutazione dell'Impatto 2024

Governance
ESG G

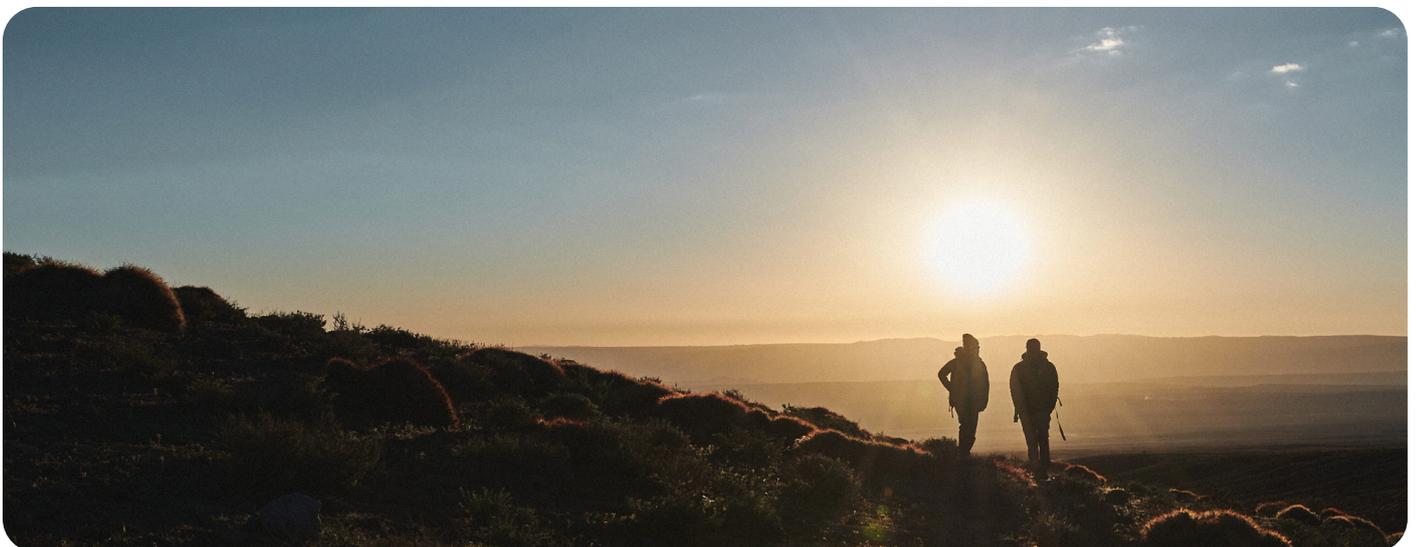
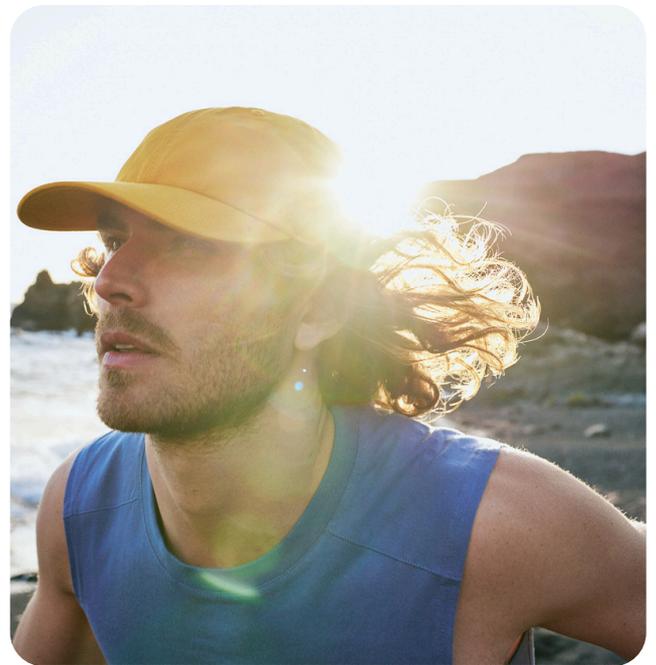


Effetti / impatti positivi generati:

Nel perseguire lo scopo aziendale, Master Italia ha definito la propria vision, mission e i valori aziendali con l'obiettivo di condividerli con i dipendenti. La condivisione per motivi organizzativi non ha potuto avere luogo nel corso del 2024, ma è stata riprogrammata a Febbraio 2025 in occasione della presentazione del Piano Strategico.

Per poter integrare al meglio la sostenibilità nell'organizzazione aziendale, è stato costituito e ufficializzato il **Comitato di Sostenibilità** formato da 5 dipendenti che insieme al Responsabile di Impatto supporta il CDA nella definizione degli indirizzi, orientamenti e iniziative in ambito ESG.

La predisposizione del Piano Industriale vuole definire la strategia dell'azienda, gli obiettivi economico-finanziari di medio-lungo termine al fine di poter valutare gli investimenti e le azioni che saranno intrapresi per raggiungere i risultati attesi, generando impatti positivi sulla comunità, i collaboratori e l'ambiente.



La Valutazione dell'Impatto 2024

Ambiente ESG E



Le finalità di beneficio comune

F1

Ridurre il proprio impatto sul **cambiamento climatico**, ponendo attenzione alla corretta gestione dei rifiuti, alla riduzione delle emissioni di CO2, all'efficientamento energetico.

F2

Promuovere progetti di **tutela ambientale** per aumentare la sensibilizzazione alla salvaguardia dei territori e per preservare la biodiversità.

Stakeholder Beneficiario: ambiente

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Gestione rifiuti	raccolta differenziata negli uffici	n° punti di raccolta	12	13
		monitoraggio rifiuto non riciclabile	ESRS E5-5	2.958	3.181
			kg rifiuti smaltiti nel secco		
		sostituzione batterie monouso con ricaricabili	% batterie sostituite	90	96

La Valutazione dell'Impatto 2024

Ambiente
ESG E



Stakeholder Beneficiario: ambiente

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Emissioni	monitoraggio della CO2 prodotta nel perimetro aziendale-scope 1 e scope 2 (target SBTi)	ESRS E1-6 tCo2eq (scope 1+2)	80 MB	128
				54 LB	138
			ESRS E1-6 tCo2eq (scope 1)	32	125
			ESRS E1-6 tCo2eq (scope 2)	48 MB	3
			22 LB	13	
		aggiornamento metodologico per monitoraggio CO2-scope 3	tempistica	ottobre	ottobre
		avvio politica di acquisto per utilizzo carta igienica in carta riciclata	tempistica	dicembre	novembre
sostituzione nastro adesivo con nastro bio-circular	var % kg di CO2 eq	-20	-24		

La Valutazione dell'Impatto 2024

**Ambiente
ESG E**



Stakeholder Beneficiario: ambiente

FINALITA' DI BENEFICIO	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Energia rinnovabile	installazione pannelli fotovoltaici	kWh ESRS E1-5	130.000	128.000
			% energia rinn. autoconsumata	50	51
			tCo2 eq evitata	15,7 LB	14,1 LB
	Efficientamento energetico	intensità energetica	ESRS E1-5	-25	-28
var% su superf. riscaldata					
F2	Tutela ambientale	progetti interni ed esterni	n°	1	3

Fonte dati: Elaborazioni su dati interni, bollette, Carbon Footprint di Organizzazione; Ufficio Facility e Sostenibilità

Effetti / impatti positivi generati:

Master Italia per contribuire agli obiettivi climatici mondiali ha scelto di affidarsi ai principi della **Science-Based Targets initiative (SBTi)**, una partnership tra CDP, il Global Compact delle Nazioni Unite, il World Resources Institute (WRI) e il WWF che aiuta le imprese a impostare un percorso di riduzione delle proprie emissioni basato sulla scienza e in linea con l'accordo di Parigi.

Dopo un rigoroso processo di validazione, nel dicembre 2023 l'SBTi ha approvato i near-term science-based targets di Master Italia, ossia gli obiettivi che definiscono gli impegni fino ai prossimi 5-10 anni per ridurre le emissioni di Master Italia entro il 2030 e che permetteranno di impostare un piano di riduzione delle emissioni basato sulla scienza climatica. Insieme alle altre PMI che aderiscono all'iniziativa, entro il 2030 Master Italia si impegna a ridurre del 42% rispetto al 2021 le emissioni di gas serra di Scope 1 e Scope 2 nonché a misurare e ridurre le emissioni di Scope 3.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Ambiente ESG E



Poiché l'impatto ambientale è determinato dalla quantità di risorse utilizzate, dall'energia consumata e dalle emissioni rilasciate durante tutte le fasi del ciclo di vita di un prodotto o di un processo per ridurre al minimo gli effetti negativi e optare per soluzioni più sostenibili, sono state avviate alcune importanti azioni.

Nel corso del 2024 la sede di Master Italia è stata oggetto di una profonda **ristrutturazione**, con l'obiettivo di ridurre l'impatto energetico e migliorare il comfort lavorativo. In aggiunta all'impianto fotovoltaico già esistente, installato nel 2023 sui tetti dei magazzini con una potenza di 124 kWp (310 moduli da 400W), sono state implementate ulteriori azioni di efficientamento energetico, che contribuiscono alla riduzione delle emissioni di Scope 2 (consumi elettrici) e, in prospettiva, anche di **Scope 1** (consumi di gas per il riscaldamento).

Le prestazioni dell'impianto fotovoltaico sono monitorate attraverso un sistema online, che consente di visualizzare in tempo reale la potenza e la quantità di energia prodotta, nonché le emissioni di CO₂ evitate. Nel 2024 la produzione fotovoltaica ha raggiunto 128.000 kWh, con un autoconsumo diretto pari a 58.300 kWh, coprendo il 51% del fabbisogno energetico aziendale. Questo ha permesso di evitare l'emissione di 14,11 t CO₂eq (location-based), interamente riferibili a emissioni **Scope 2**, avvicinandosi all'obiettivo prefissato di 130.000 kWh, nonostante alcune problematiche tecniche rilevate sugli inverter.

A fronte di un ampliamento delle superfici riscaldate di oltre il 30% rispetto al 2021, è stato ottenuto un **risparmio energetico significativo**: l'intensità energetica delle superfici riscaldate è diminuita circa del 28% (da 64,40 a 46,47 kWh/m²), in linea con le stime di progetto.

Per il monitoraggio delle **emissioni di scope 3** è stato introdotto un importante aggiornamento metodologico: i fattori di emissione generici precedentemente utilizzati riconducibili alla letteratura sono stati sostituiti da fattori specifici, costruiti tramite studi di Life Cycle Assessment (LCA) sui materiali effettivamente utilizzati da Atlantis.

Nel 2024 lo Scope 3 ha rappresentato il 99% della carbon footprint complessiva di Master Italia, confermando il ruolo degli impatti indiretti legati alla catena del valore. All'interno dello Scope 3, la categoria 3.1 (beni e servizi acquistati) ha costituito la componente principale, con 9.935 tonnellate di CO₂ equivalente, pari al 79% del totale aziendale. Questo dato riflette la struttura del modello di business B2B, in cui la produzione è interamente affidata a terzi.

Oltre agli interventi strutturali, sono state avviate **iniziative proposte direttamente dai dipendenti** durante i workshop di definizione delle attività 2024, nell'ambito degli obiettivi di Società Benefit. Questi progetti, sebbene abbiano un impatto diretto contenuto in termini di CO₂ evitata, sono fondamentali per la diffusione della cultura della sostenibilità e il coinvolgimento attivo delle persone. Esempi concreti includono la sostituzione della carta igienica di natura vergine in favore di carta riciclata, progetto avviato definitivamente a fine anno, e la sostituzione del nastro adesivo con materiali a minore impatto ambientale, con un risparmio stimato di 89 kg CO₂eq.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Ambiente ESG E



Un'altra importante pratica per ridurre l'impatto ambientale e per aumentare il coinvolgimento del team è rappresentata dal corretto smaltimento dei rifiuti al fine di poterli avviare al riciclo o al recupero. Nel corso del 2024 sono state avviate azioni interne per migliorare la raccolta differenziata, con l'attivazione di 13 punti di raccolta negli uffici. Il numero di svuotamenti del secco negli uffici è passato da 14 nel 2023 a 4 nel 2024, a dimostrazione di un cambiamento positivo nei comportamenti quotidiani del personale, spiegando anche l'importanza di predisporre il bidone alla raccolta solamente a capienza massima raggiunta. Tuttavia, il risultato complessivo di riduzione dei rifiuti non riciclabili, posto sulla base dell'anno precedente, non è stato raggiunto, poiché la gestione del secco rimane ad oggi il principale punto critico, soprattutto nell'area magazzino che tende a generare più rifiuto secco per imballaggi, sfridi, scarti non facilmente differenziabili.

Per il 2025, l'obiettivo sarà mantenere sotto controllo i livelli di rifiuto non riciclabile sia negli uffici, che per il magazzino, compatibilmente con la sicurezza e l'igiene operativa e l'ampliamento delle superfici di stoccaggio.

Per quanto riguarda i rifiuti speciali pericolosi, sempre su proposta dei collaboratori, sono state sostituite le batterie monouso con ricaricabili, limitando notevolmente la produzione di rifiuti speciali pericolosi.

Nell'ambito dei **progetti di tutela ambientale**, è stato avviato un progetto di raccolta dei rifiuti abbandonati nelle aree limitrofe al perimetro aziendale durante le ore lavorative. È emerso che i mozziconi di sigaretta rappresentano la maggior parte dei rifiuti raccolti. I dati quantitativi sono in fase di monitoraggio, per una rendicontazione a partire dal 2025.

Master Italia ha aderito inoltre a un progetto di riforestazione in Tanzania, piantando 70 alberi che contribuiranno all'assorbimento stimato di 6.624 kg CO₂ su un orizzonte di 15 anni.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Prodotto
ESG E



Le finalità di beneficio comune

F1

Sviluppare prodotti di qualità tenendo conto dell'intero ciclo di vita e dei principi dell'economia circolare per un utilizzo di materiali a basso impatto ambientale, di elevata durabilità.

F2

Sostenere l'innovazione continua del prodotto grazie alla **digitalizzazione** dei processi e a **nuove tecnologie**, cercando di avere un approccio olistico e dove possibile rigenerativo per la cura degli ecosistemi.

F3

Perseguire attività di **ricerca e sviluppo** che consentano di trovare soluzioni per allungare la fase d'uso dei propri prodotti, per utilizzare materie prime con impatto ambientale e rischi sociali inferiori rispetto alle alternative convenzionali.

F4

Fornire al consumatore informazioni relativamente ai prodotti e alla catena di fornitura tali da renderlo **consapevole delle scelte di acquisto**.

Stakeholder Beneficiario: ambiente e clienti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	circolarità dei processi	misurare la CO2 eq evitata utilizzando la visiera in plastica riciclata e non vergine	tCo2eq	-331,9	-333,4
			var % Co2eq	-20	-22
		prodotti sostenibili Atlantis sviluppati/acquisitati	n°	100	105
F4	informazioni sui prodotti	carbon footprint tool	n° misurazioni	100	105

La Valutazione dell'Impatto 2024

Prodotto
ESG E



Stakeholder Beneficiario: ambiente e clienti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F3	materiali a basso impatto ambientale	inserire nella collezione nuovi materiali a ridotto impatto	n° materiali	1	1
	sicurezza e qualità	test doppia verifica per tessuti sostenibili	n° test	1	2
		ispezioni produzione 2024/2023	n° ispezioni	170	223
			var%	100	165
		investimenti in test compliance per materiali utilizzati 2024/2023	var%	50	53
F4	comunicazione trasparente	utilizzo loghi GOTS e GRS su articoli Atlantis in materiali riciclati/organici	%	85	90

Fonte dati: Elaborazioni su dati interni-Ufficio Acquisti, Prodotto, Sostenibilità e Compliance

La Valutazione dell'Impatto 2024

Prodotto ESG E



Effetti / impatti positivi generati:

Dal 2018 Master Italia ha iniziato a realizzare i primi prodotti con materiali a ridotto impatto ambientale, mantenendo elevati standard di qualità, comfort e durevolezza.

Entro la fine del 2025, l'azienda ha deciso e pianificato di non produrre articoli che non siano caratterizzati da materiali a ridotto impatto per il proprio marchio Atlantis. Per questo, ha formalizzato un framework interno per la **progettazione di prodotti sostenibili**, un documento-guida che definisce i criteri di selezione dei materiali. Questo framework si basa sull'analisi del ciclo di vita o su studi scientifici indipendenti, su certificazioni ambientali affidabili, sulla tracciabilità della filiera e sul rispetto delle persone coinvolte lungo tutta la catena di fornitura.

Oltre a questi criteri guida, il framework prevede l'applicazione di quattro principi di sostenibilità, di cui il primo Must-have (obbligatorio) e gli altri Add-on (raccomandati):

- utilizzo di materiali preferred (tra cui cotone organico, poliestere riciclato, Polylana®, cotone riciclato e componenti secondari riciclati come visiere, sweatband e chiusure);
- produzione presso fornitori con rating ambientale positivo;
- estensione della vita utile del prodotto;
- compensazione delle emissioni residue.

Ogni principio di sostenibilità è stato sviluppato a seguito di un'approfondita analisi interna ed esterna e sulla base delle migliori pratiche del settore e standard ambientali e sociali riconosciuti a livello internazionale.

Un altro tassello in favore della riduzione dell'impatto dei prodotti riguarda l'introduzione di **visiere riciclate** realizzate con materiale derivante dal riciclo di reti da pesca dismesse e bottiglie di plastica. Il progetto è stato avviato con ReTraze, un'azienda che collabora con piccole imprese, pescatori e ONG per raccogliere reti da pesca dismesse e trasformarle in PE riciclato al 100%. Questo intervento ha generato un risparmio stimato di 333,42 tonnellate di CO₂eq, corrispondente a una riduzione del 22% rispetto all'utilizzo di visiere convenzionali.

Per valutare in modo accurato gli **impatti ambientali dei prodotti lungo tutto il ciclo di vita**, Master Italia utilizza dal 2021 CF Atlantis, un tool interno basato sulla **metodologia LCA (Life Cycle Assessment)**, certificato "CF Systematic Approach" da un ente terzo accreditato ACCREDIA. CF Atlantis consente di quantificare la Carbon Footprint in conformità con le norme UNI ISO 14040:2021, 14044:2021 e 14067:2018, considerando anche le regole di categoria definite dal sistema EPD.

Nel 2024 sono stati analizzati con questo strumento **105 prodotti**, ovvero tutti gli articoli Atlantis a ridotto impatto. Il tool permette non solo di calcolare le emissioni lungo le diverse fasi – dall'approvvigionamento delle materie prime alla logistica, fino alla produzione e al fine vita – ma anche di simulare scenari progettuali, confrontare materiali e individuare soluzioni a minore impatto, supportando così la transizione verso l'ecodesign.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Prodotto
ESG E



Effetti / impatti positivi generati:

I risultati ottenuti con CF Atlantis sono stati comunicati in modo trasparente. Per tutti gli articoli della linea sostenibile presenti nel catalogo 2025, è stata calcolata la riduzione di CO₂eq rispetto all'equivalente prodotto con materiali convenzionali. Il dato è stato pubblicato nel catalogo cartaceo e online, a beneficio di tutti i clienti e stakeholder, a partire da informazioni LCA specifiche e integrate nel nostro sistema CFP.

Nel 2024, l'azienda ha aggiunto al portafoglio di **materiali a ridotto impatto** utilizzati un nuovo poliestere riciclato, **ottenuto da scarti tessili**, cosiddetto textile-to-textile (T2T), e non da bottiglie di plastica, presentato in un articolo della Collezione Atlantis 2025. Questa tecnologia, riconosciuta da Textile Exchange come tappa fondamentale per promuovere la circolarità nel settore tessile, consente la produzione di fibre di qualità paragonabile a quelle vergini, ma con l'ulteriore vantaggio di poter essere riciclate più volte. Si tratta infatti di un processo a circuito chiuso, in cui i rifiuti tessili vengono trattati chimicamente e convertiti in nuovi materiali tessili, riducendo l'uso di risorse vergini e prevenendo la dispersione di rifiuti.

La qualità e la sicurezza del prodotto continuano a rappresentare principi fondanti del framework di sostenibilità di Master Italia, insieme alla scelta responsabile dei materiali. Nel 2024, l'aumento dei **test qualitativi** è stato legato sia all'introduzione di nuovi materiali e fornitori, sia all'evoluzione del contesto normativo e commerciale. L'incremento è stato in parte dovuto alla crescente attenzione sul rischio PFAS in alcune categorie tessili, alla necessità di un controllo più puntuale dei materiali usati per i progetti custom made, e all'aumento delle richieste di dichiarazioni di conformità da parte dei clienti.

In parallelo, sono proseguiti i test di doppia verifica sui materiali certificati, per garantire che i risultati di laboratorio fossero coerenti con gli standard dichiarati.

Nel corso dell'anno, le ispezioni sulla qualità dei prodotti prima della spedizione dalle sedi produttive sono aumentate del 165%, rafforzando i controlli lungo la filiera e con l'obiettivo di prevenire l'immissione sul mercato di prodotti non conformi sin dalle fasi iniziali della produzione.

La **trasparenza** resta un elemento centrale: nel 2024, il 90% dei prodotti sostenibili Atlantis è stato accompagnato da loghi riconosciuti come GOTS o GRS, a conferma della tracciabilità e della conformità dei materiali utilizzati.



La Valutazione dell'Impatto 2024

Catena di Fornitura ESG S



Principi GC:
1-2-5-10



Le finalità di beneficio comune

F1

Tutelare il rispetto dei **diritti umani** nella **qualità** e **sicurezza** del lavoro.

F2

Monitorare i propri **fornitori** e contribuire attivamente per un'educazione alla tutela dell'ambiente, al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla lotta alla corruzione.

F3

Soddisfare le aspettative del **cliente** utilizzando diverse modalità finalizzate ad ottenere un miglioramento nei processi della catena della fornitura.

Stakeholder Beneficiario: fornitori

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Trasparenza e tracciabilità	database con info su fornitori-tier2 per articoli Atlantis a ridotto impatto	% fornitori inseriti	80	99
		certificazioni di sostenibilità	n°	2	2
		fornitori-tier1 articoli Atlantis sottoposti a questionario (rating)	%	50	90
			punteggio medio	2,5/5	2,7/5
F3	Soddisfazione cliente	monitoraggio reclami ricevuti dai consumatori e/o utenti finali	ESRS S4-3	<0,10%	0,07%
			%merce soggetta a reclamo sul fatturato		

Fonte dati: Elaborazioni su dati interni - Ufficio Acquisti, Prodotto, Sostenibilità e Compliance

La Valutazione dell'Impatto 2024

Catena di Fornitura
ESG S



Principi GC:
1-2-5-10



Effetti / impatti positivi generati:

Master Italia, per il core business aziendale, si avvale di una rete di produttori localizzati in aree geografiche diverse, selezionati in base alla tipologia di prodotto. I cappellini e gli accessori come guanti o sciarpe provengono prevalentemente da **fornitori** situati nel Far East, mentre per le cuffie a maglia il sourcing si estende anche all'Unione Europea. Per il servizio di personalizzazione merce a capo finito, strategico in alcuni casi per la business unit del Custom Made e per sponsorizzazioni, Master Italia si affida a ricamifici e stamperie locali. I prodotti vengono acquistati completi di packaging, ma l'Azienda si avvale per questa tipologia di fornitura, anche di sourcing locale, soprattutto per l'invio di merce dal proprio magazzino che non possa essere spedita con l'imballo di origine, come ad esempio le campionature.

Tra le finalità di beneficio comune, Master Italia include la volontà di collaborare con fornitori in grado di garantire sia il rispetto dei diritti umani lungo la filiera sia pratiche rispettose dell'ambiente. In quest'ottica, per monitorare nel dettaglio le prestazioni ESG, inizialmente dei fornitori di primo livello (tier 1) - di cui l'azienda conosce il 100% e le singole pratiche dell'utilizzo di materiali preferred (come, ad esempio, il solo utilizzo di materiali a ridotto impatto ambientale o l'essere in possesso di determinate certificazioni) - è stato sviluppato un **questionario puntuale e strutturato** con il supporto di un partner specializzato nella sostenibilità in ambito tessile.

Il questionario comprende 43 domande legate alle performance ambientali (E), 51 domande per le performance sociali (S) e infine 30 domande per le strategie e scelte decisionali (G); si tratta di argomenti che spaziano dalla scelta delle materie prime all'utilizzo di sostanze chimiche, dalle certificazioni al trattamento di lavoratrici e lavoratori, fino ad arrivare al monitoraggio dei subfornitori, fornendo un apposito rating che si focalizza sulle criticità chiave del settore moda.

Il sistema di rating sviluppato è pensato anche per raccogliere le certificazioni e i risultati degli audit di terze parti rilevanti in ottica ESG (come audit BSCI, ISO14001, ecc.), in modo da velocizzare e rendere più attendibile il processo di compilazione del questionario da parte dei fornitori.

Nel corso dell'anno, il **90% dei fornitori diretti** coinvolti nella linea Atlantis ha compilato per il primo anno il questionario ESG, ottenendo un punteggio medio pari a 2,7 su 5. Questa attività risponde anche a uno dei Principi di Sostenibilità del nostro Framework di Prodotto, che prevede come obiettivo Add-on la produzione presso fornitori con rating ambientale positivo. Tale principio riconosce il ruolo cruciale dei processi produttivi e delle scelte dei fornitori nella riduzione dell'impatto ambientale del prodotto finale.

Parallelamente, è stata consolidata una base dati per la mappatura dei fornitori di secondo livello (tier 2), che ha raggiunto una copertura quasi completa dei materiali rilevanti per la linea Atlantis. Il completamento della mappatura è previsto progressivamente con la sostituzione dei prodotti convenzionali con alternative a ridotto impatto.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Catena di Fornitura
ESG S



Principi GC:
1-2-5-10



Effetti / impatti positivi generati:

Master Italia ha inoltre ottenuto due importanti certificazioni riconosciute per essere importanti standard internazionali per la produzione sostenibile di indumenti e prodotti tessili.

La **certificazione GOTS** per la rivendita di cappelli e berretti in 100% cotone biologico, in accordo al **Global Organic Textile Standard**, promosso dalle principali organizzazioni internazionali leader nell'agricoltura biologica, che prevede il rilascio di una dichiarazione verificata da parte terza che 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 e il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva. La **certificazione GRS** per la rivendita di cappelli e berretti contenenti almeno il 20% di materiale da riciclo pre-consumo e post-consumo, in accordo al **Global Recycled Standard**, il più importante standard internazionale volontario per i tessuti riciclati, promosso dalla non-profit Textile Exchange. Prevede il rilascio di una dichiarazione verificata da parte terza che garantisce la percentuale di materiale riciclato e ne tiene traccia in ogni fase della catena di fornitura, fino ad arrivare al prodotto finito. Assicura inoltre che le imprese di tutta la filiera produttiva abbiano soddisfatto i requisiti sociali, ambientali e chimici.

Infine, per quanto riguarda la **soddisfazione del cliente**, Master Italia monitora il valore della merce soggetta a reclami o contestazioni in rapporto al fatturato merce. Nel 2024, tale incidenza è stata pari allo 0,07%, al di sotto del target massimo interno fissato allo 0,1%, in linea con quanto previsto dall'indicatore ESRS S4-3.

Questo indicatore, sebbene formalmente riferito alle vendite, è direttamente connesso alla gestione della supply chain: l'intera produzione è affidata a fornitori terzi, ed è proprio attraverso il monitoraggio della qualità che Master Italia può garantire che le aspettative del cliente finale siano soddisfatte. In questo senso, la soddisfazione del cliente diventa un indicatore dell'efficacia dei processi della catena di fornitura, coerente con la finalità F3 della Società Benefit.



La Valutazione dell'Impatto 2024

**Persone
ESG S**



Le finalità di beneficio comune

- F1** Porre attenzione al **benessere**, all'equilibrio vita-lavoro, alla sicurezza aziendale e ai luoghi di lavoro salubri promuovendo attività di prevenzione della salute.
- F2** Sostenere la **formazione** per favorire la crescita personale dei dipendenti e collaboratori e sviluppare una cultura di condivisione delle conoscenze.
- F3** Promuovere l'**inclusione** a prescindere da età, genere, disabilità, razza, etnia, religione o altro per valorizzare il pluralismo e la diversità con equità.
- F4** Rafforzare le **relazioni** tra le persone per aumentare la fiducia reciproca in modo da stimolare la collaborazione a tutti i livelli.

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024	
F1	Sicurezza sul lavoro	consegna e addestramento vademecum	n° ore di formazione	53	52	
			% dipendenti formati	100	98	
	Luoghi di lavoro salubri	installazione VMC (ventilazione meccanica controllata)	% mq uffici	100	100	
			ristrutturazione piano uffici e ampliamento	% di completamento	100	100
			manutenzione controsoffitti	% di controsoffitti	100	100

La Valutazione dell'Impatto 2024

**Persone
ESG S**



Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Promozione della salute	Talking Hats su prevenzione tumori e screening tumore al seno	% adesione dipendenti	70	92
		acquisto defibrillatore e corso di addestramento	% adesione dipendenti	10	90
		erogazione pacchetto Centro di Medicina 2025	% dipendenti	100	96
	Work-life balance	diminuzione ferie arretrate	var %	-5	-13
	Migliorare il welfare	maggior estensione buoni pasto-valutazione	avvio cambio ente buoni pasto	luglio	luglio
F2	Formazione non obbligatoria	corsi professionali e su temi ESG	ESRS S1-13 N° medio ore per dipendente	40	43
F3	Inclusione	Talking Hats	% media di adesione	80	82
		riorganizzazione spazi	% accessibilità disabili	100	100
F4	Comunicazione interna	bacheca digitale sostenibilità	n° news	12	17

Fonte dati: Elaborazioni su dati interni-Ufficio Risorse Umane

La Valutazione dell'Impatto 2024

Person
ESG S



Effetti / impatti positivi generati:

La ristrutturazione degli uffici ha **migliorato il benessere negli ambienti di lavoro**, oltre all'**efficientamento energetico**, grazie all'installazione di un impianto di ventilazione meccanica controllata (VMC) e alla sanificazione di tutti i controsoffitti. È stata anche realizzata una nuova sala pranzo, più capiente, attrezzata con cucina e dispensa, che ha favorito momenti di socializzazione e migliorato la qualità delle pause. Gli interventi hanno incluso l'adeguamento degli spazi per l'accessibilità delle persone con disabilità, raggiungendo pienamente gli obiettivi prefissati. Il progetto di ristrutturazione proseguirà nel 2025 con ulteriori interventi, finalizzati sia a migliorare l'efficienza energetica sia a ottimizzare l'utilizzo degli spazi per i dipendenti, in un equilibrio costante tra le esigenze operative dell'azienda e i desideri espressi dai collaboratori.

Master Italia ha un forte legame con il territorio nel quale opera e si distingue come azienda dinamica e innovativa, attenta alle persone, capace di valorizzare la proattività e il merito, anche attraverso la creazione di nuovi ruoli. Questa visione si traduce in un impegno concreto verso i propri collaboratori, riconosciuti come il vero motore del successo aziendale.

Master Italia investe nel **benessere lavorativo**, attraverso un sistema di welfare che include misure a sostegno della genitorialità, della conciliazione vita-lavoro, di attività extra-aziendali formalizzate nel Regolamento Aziendale emanato nel 2023 e nella **formazione** continua, ritenuta un elemento chiave per la crescita personale e professionale.

Nel 2024, l'azienda ha erogato complessivamente circa 2.263 ore di formazione rendicontate, pari a una media di 43 ore per dipendente. Il 95% delle ore è stato dedicato a percorsi formativi volontari su temi come digitalizzazione, management, sostenibilità e marketing, mentre il restante 5% ha riguardato la formazione obbligatoria sulla salute e sicurezza sul lavoro. Di queste ultime, circa il 13% del totale ha riguardato la sicurezza e salute, con il 63% di queste ore svolte sotto forma di formazione volontaria, tra cui il corso BLSD (Basic Life Support – Defibrillation) a seguito dell'acquisto dell'azienda di un defibrillatore, registrato e messo anche a disposizione della comunità locale. Questo percorso ha permesso al personale di acquisire competenze utili a gestire emergenze cardio-respiratorie anche al di fuori dell'ambiente di lavoro. L'adesione è stata ampia: il 90% dei dipendenti ha partecipato alla formazione sull'uso del defibrillatore.

A supporto della **promozione della salute** dei dipendenti, l'azienda ha erogato un pacchetto salute presso il Centro di Medicina, che comprende prelievi del sangue direttamente in azienda, due visite specialistiche di prevenzione a scelta (tra cui: eco mammaria, mammografia, visita ginecologica, eco addome, eco tiroide, visita cardiologica, mappatura nei, visita oculistica, gastroenterologica, otorinolaringoiatrica) e l'accesso alla Fidelity Card, utilizzabile anche dai familiari conviventi per prestazioni scontate. Il 96% dei dipendenti ha usufruito del servizio.

Non sono incluse nel conteggio delle ore di formazione le attività dei "Talking Hats", tra le iniziative più significative per favorire inclusione, ascolto, dialogo e collaborazione. Si tratta di incontri ricorrenti distribuiti durante l'anno, anche con interventi di testimonianze esterne, che si configurano come momenti di crescita culturale e relazionale. Della durata di circa 1,5 ore ciascuno, hanno registrato nel 2024 una partecipazione media dell'82%, con punte del 92% per i momenti dedicati alla prevenzione e alla salute, per un totale stimato di circa 270 ore complessive.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Comunità ESG S



Le finalità di beneficio comune

F1

Rispondere ai bisogni del territorio sostenendo e promuovendo attivamente progetti e iniziative a favore della **società civile**.

F2

Sostenere **proposte formative innovative** che possano coinvolgere fornitori, distributori, clienti, scuole e istituzioni.

F3

Creare un **network virtuoso** per condividere buone pratiche e informazioni al fine di diffondere conoscenza, necessaria per comprendere l'impatto delle azioni.

Stakeholder Beneficiario: comunità e territorio

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Iniziative sociali-donazioni	totale donazioni economiche ad associazioni no profit	% donazioni su utile	0,5	0,8
		sostegno progetti Associazione culturale-naturalistica	n° attività	15	18
			n° studenti	350	514
		sostegno progetto Emporio solidale	n° famiglie	311	313
		sostegno progetti di carattere internazionale	n°	1	1

La Valutazione dell'Impatto 2024

Comunità
ESG S



Stakeholder Beneficiario: comunità e territorio

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2024	RISULTATI 2024
F1	Iniziative sociali-donazioni	sostegno progetti di promozione e prevenzione della salute	n°	2	2
	Iniziative sociali-volontariato e socializzazione	partecipazione a manifestazioni solidali e attività di volontariato	n°	2	2
F2	Proposte formative	alternanza scuola-lavoro	n° studenti	2	5
F3	Partnership esterne	collaborazione con enti esterni	n° enti	1	1
		adesione a Gruppo di Sostenibilità - Confindustria Veneto Est	tempistica	settembre	settembre

Fonte dati: Elaborazioni su dati interni-Ufficio Sostenibilità e Risorse Umane

La Valutazione dell'Impatto 2024

Comunità ESG S



Effetti / impatti positivi generati:

Diverse sono state le iniziative sostenute per la comunità, con un impatto sociale, culturale e ambientale.

Il progetto del **Bosco dei Racconti**, con la consolidata collaborazione con Il Pendolino – ODV, ha coinvolto 514 studenti di 29 classi delle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo grado del Veneto orientale. I percorsi naturalistici e laboratoriali hanno offerto agli studenti l'opportunità di approfondire i concetti di biodiversità, fotosintesi e ruolo degli alberi. I questionari restituiti a fine attività hanno confermato il raggiungimento degli obiettivi didattici, con un alto grado di soddisfazione anche da parte dei docenti che hanno sottolineato la qualità dell'esperienza, la competenza delle guide e la capacità di coinvolgimento anche in condizioni climatiche sfavorevoli. L'impatto dell'iniziativa è duplice: da un lato rafforza nei più piccoli la consapevolezza ambientale, dall'altro coltiva il legame tra impresa, scuola e territorio.

Sempre nell'ambito del collegamento con le scuole del territorio, 5 **studenti delle scuole superiori di San Donà di Piave** hanno svolto il proprio stage formativo presso l'azienda, nell'ambito del programma di alternanza scuola-lavoro. Gli studenti sono stati coinvolti in attività aziendali reali con l'affiancamento di personale interno in diversi ambiti aziendali, tra cui la sostenibilità, che ha messo a disposizione tempo, competenze e ascolto. Questa esperienza ha permesso di rafforzare il ponte tra scuola e mondo del lavoro, contribuendo allo sviluppo di soft skills e orientamento professionale nei giovani, e consolidando al tempo stesso il ruolo di Master Italia come attore attivo nella formazione territoriale.

L'adesione al progetto **Emporio Solidale** a sostegno di persone e le famiglie in difficoltà socio-economica. I contributi del 2024, calcolati come sostentamento di 4 famiglie per dipendente, hanno permesso all'azienda di supportare 313 famiglie in modo continuativo, per un totale di circa 915 persone, di cui 502 provenienti da Paesi terzi o appartenenti a minoranze, 298 ragazzi minori di 15 anni, 3 persone con disabilità e alcuni casi occasionali di persone senza fissa dimora.

La donazione ha contribuito in modo diretto alla copertura dei bisogni primari di questi nuclei in condizioni di fragilità. Grazie al coinvolgimento della rete associativa e dei volontari, l'Emporio si conferma un modello di solidarietà territoriale, fondato sull'accesso equo alle risorse, sulla dignità delle persone e sul contrasto alla povertà. Ogni donazione si traduce in un impatto moltiplicato, in termini di beni distribuiti, ascolto attivo e accompagnamento personalizzato.

L'**iniziativa di volontariato ambientale** del progetto Rotary Plastic Ride, dedicato alla raccolta dei rifiuti nei parchi cittadini durante il fine settimana. Il 25% dei dipendenti ha partecipato attivamente, contribuendo a sensibilizzare sul rispetto del bene comune e sull'importanza di un ambiente pulito e condiviso. Questa iniziativa rappresenta un importante momento di educazione e collaborazione per la comunità, promuovendo valori di rispetto per l'ambiente e impegno civico.

La Valutazione dell'Impatto 2024

Comunità ESG S



Effetti / impatti positivi generati:

A livello internazionale, Master Italia ha rafforzato il proprio impegno nella **riforestazione e nell'empowerment femminile** grazie al progetto in Tanzania promosso da zeroCO2. 583 famiglie Maasai hanno beneficiato del progetto che, oltre ai benefici ambientali della piantumazione, promuove la formazione agricola delle donne e la generazione di reddito autonomo, sostenendo la resilienza ambientale e sociale delle comunità coinvolte.

Sul fronte della salute e del benessere, l'iniziativa **WelfareCare – Prevenzione è Vita**, ha offerto 33 mammografie e 44 ecografie nel territorio locale per la diagnosi precoce dei tumori al seno alle donne tra i 35 e i 49 anni. Il progetto risponde a un bisogno sanitario rilevante, intercettando una fascia d'età spesso non coperta dal SSN.

L'adesione al programma nazionale **Road to Social Change**, promosso da UniCredit in collaborazione con ISTUD Business School e altri partner accademici, persegue la condivisione di conoscenza e all'attivazione di reti virtuose. L'iniziativa, volta a diffondere la cultura della sostenibilità integrale tra le imprese italiane, ha rappresentato per l'azienda un'occasione di confronto con realtà eterogenee, rafforzando la consapevolezza interna e favorendo il dialogo tra mondo produttivo, accademico e finanziario. Nel corso del percorso, Master Italia ha lavorato sull'analisi dei propri punti di forza e delle aree di sviluppo, individuando nuove progettualità su cui investire nel medio periodo. L'esperienza ha avuto un impatto positivo su due livelli: ha rafforzato internamente l'approccio alla sostenibilità come leva strategica e ha permesso di portare la prospettiva di un'impresa manifatturiera impegnata nel cambiamento all'interno di una rete nazionale di buone pratiche.

Master Italia è inoltre entrata a far parte del **Gruppo Sostenibilità di Confindustria Veneto Est**, una rete che riunisce circa 80 aziende del territorio. L'iniziativa favorisce lo sviluppo di approcci condivisi alla sostenibilità e contribuisce ad accrescere la consapevolezza all'interno del tessuto imprenditoriale locale. L'adesione ha previsto l'inserimento in un gruppo di lavoro interaziendale, che nel 2024 ha realizzato un primo incontro presso una delle aziende partecipanti. La partecipazione rappresenta un'opportunità concreta di confronto su temi strategici comuni, tra cui decarbonizzazione, società benefit, misurazioni ESG ed economia circolare.

Per la comunità locale, Master ha sponsorizzato l'evento **Sport in Piazza**, che per quattro settimane ha animato la città di San Donà di Piave con attività sportive e solidali rivolte a persone di tutte le età. Tra i principali benefici: promozione della salute, educazione ai valori sportivi, inclusione sociale e sostegno all'economia locale e alle associazioni del territorio.



B Impact Assessment (BIA)

Per ottemperare agli obblighi di legge (legge 208/2015, commi da 376 a 384) nel rendicontare l'impatto generato, Master Italia ha utilizzato anche lo standard di terza parte B Impact Assessment, lo standard sviluppato dall'ente B Lab e riconosciuto dalla legge. Il BIA è una valutazione completa che si basa su cinque aree di impatto: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. Il punteggio conseguito da Master per il 2024 è stato di 113,8 su 200.

Overall B Impact Score

MASTER ITALIA SPA - Atlantis Headwear

For Fiscal Year End Date: 31 Dec 2024



Area	QUESTIONS ANSWERED	OVERALL SCORE
Governance	30/30	17.0
Workers	55/55	26.5
Community	62/62	19.8
Environment	82/82	46.5
Customers	12/12	3.7

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Per l'anno 2025 sono stati individuati degli obiettivi specifici da raggiungere per concorrere alle finalità di beneficio comune espresse nell'oggetto sociale, agli obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 e ai Principi del Global Compact delle Nazioni Unite.

Sono state programmate delle azioni specifiche per le quali sono individuati dei target che, a fine anno, verranno misurati con adeguati indicatori.

Gli obiettivi specifici e le azioni sono ripartiti secondo gli ESG.



Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Governance ESG G

Le finalità di beneficio comune

F1

Rafforzare e perseguire lo **scopo aziendale** con il paradigma dell'economia civile per far crescere il bene comune della comunità e del territorio in cui opera.

F2

Condividere e aggiornare i **valori aziendali** per stimolare le persone ad esprimere le proprie potenzialità per il bene personale, dell'organizzazione e per il bene comune.

F3

Lavorare su una visione a lungo termine per trasmettere alle nuove generazioni la volontà di integrare costantemente i temi emergenti dalla sostenibilità con i valori aziendali, affinché tale **cultura venga custodita**, tutelata e diventi parte integrante del valore dell'impresa.

F4

Rendere **pervasiva la sostenibilità** nella struttura di governance e in tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

F5

Impegnarsi a comunicare con la massima **trasparenza** le decisioni e le scelte aziendali.

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Scopo della società	condivisione di vision, mission e valori aziendali con i dipendenti	tempistica	febbraio
	Rischi ESG	inizio percorso analisi rischi	n° workshop	2
F3	Integrazione della sostenibilità	ampliamento Comitato di Sostenibilità	n° persone	2
		presentazione Comitato di Sostenibilità ai dipendenti	tempistica	aprile

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Governance ESG G

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F3	Policy aziendale	gestione acquisti	tempistica	luglio
		gestione rifiuti	tempistica	marzo
		progetto linee guida gestione viaggi e trasferte	tempistica	dicembre
		stesura e presentazione sponsorizzazioni/donazioni	tempistica	giugno
F4	Trasparenza e responsabilità	presentazione Piano industriale	% dipendenti	100
		presentazione Relazione di impatto	% dipendenti	100
		report di sostenibilità	tempistica	luglio
		attestazione Bcorp	tempistica	dicembre
		scelta del Provider con cui avviare il rating ESG	n° provider analizzati	2

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Ambiente ESG E

Le finalità di beneficio comune

F1

Ridurre il proprio impatto sul **cambiamento climatico**, ponendo attenzione alla corretta gestione dei rifiuti, alla riduzione delle emissioni di CO2, all'efficientamento energetico.

F2

Promuovere progetti di **tutela ambientale** per aumentare la sensibilizzazione alla salvaguardia dei territori e per preservare la biodiversità.

Stakeholder Beneficiario: ambiente

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Gestione rifiuti	monitoraggio rifiuto non riciclabile	ESRS E5-5 kg di rifiuti smaltiti nel secco non riciclabile	3.000
		progetto per la riduzione dei rifiuti non riciclabili e miglioramento raccolta differenziata	n°	2
		progetto per il riutilizzo packaging SAMPLES BOX	tempistica	luglio
	Emissioni	monitoraggio della CO2 prodotta nel perimetro aziendale- scope 1 e scope 2 (target SBTi)	ESRS E1-6 tCo2eq (scope 1+2)	75 MB
				53 LB
			ESRS E1-6 tCo2eq (scope 1)	31

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Ambiente ESG E

Stakeholder Beneficiario: ambiente

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Emissioni	monitoraggio della CO2 prodotta nel perimetro aziendale- scope 1 e scope 2 (target SBTi)	ESRS E1-6 tCo2eq (scope 2)	44 MB
				22 LB
		monitoraggio CO2- scope 3	ESRS E1-6	11.230
			tCo2eq (scope 3)	
		sostituzione carta igienica con carta igienica riciclata	var % kg di CO2 eq	-10
	sostituzione nastro adesivo con nastro bio-circular	var % kg di CO2 eq	-24	
	Energia rinnovabile	installazione pannelli fotovoltaici magazzino	kWh	150.000
		contratto energia acquistata 100% rinnovabile	tempistica	giugno
	Efficientamento energetico	report di valutazione energia rinnovabile sul fabbisogno totale	tempistica	dicembre
	F2	Tutela ambientale	progetti interni ed esterni	n°

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Prodotto ESG E

Le finalità di beneficio comune

- F1** Sviluppare prodotti di qualità tenendo conto dell'intero ciclo di vita e dei principi dell'**economia circolare** per un utilizzo di materiali a basso impatto ambientale, di elevata durabilità.
- F2** Sostenere l'innovazione continua del prodotto grazie alla **digitalizzazione** dei processi e a **nuove tecnologie**, cercando di avere un approccio olistico e dove possibile rigenerativo per la cura degli ecosistemi.
- F3** Perseguire attività di **ricerca e sviluppo** che consentano di trovare soluzioni per allungare la fase d'uso dei propri prodotti, per utilizzare materie prime con impatto ambientale e rischi sociali inferiori rispetto alle alternative convenzionali.
- F4** Fornire al consumatore informazioni relativamente ai prodotti e alla catena di fornitura tali da renderlo consapevole delle scelte di acquisto.

Stakeholder Beneficiario: ambiente e clienti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	circularità dei processi	prodotti sostenibili Atlantis sviluppati/acquistati	n°	105
		nuovi materiali sostenibili	n°	1
		workshop su tematiche di ecodesign	n° dipendenti	8
		iscrizione a consorzio per gestione rifiuto tessile	tempistica	settembre

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Prodotto
ESG E

Stakeholder Beneficiario: ambiente e clienti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F2	digitalizzazione dei processi	formazione per utilizzo strumento per la distinta base	n° persone	4
		avvio progetto di integrazione dati in rif. Transaction Certificates su scheda tecnica Atlantis fornitore	tempistica	luglio
		valutazione progetto con tecnologia 3D	tempistica	giugno
		avvio gruppo di lavoro progetto rendicontazione copricapi resi, obsoleti e fallati a magazzino	tempistica	dicembre
		avvio progetto miglioramento dati tracciabilità prodotti Atlantis etichetta qr code	tempistica	novembre
		condivisione informazioni tra team Atlantis e Custom Made tramite strumenti digitali	n° strumenti	2

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Prodotto
ESG E

Stakeholder Beneficiario: ambiente e clienti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F2	digitalizzazione dei processi	test doppia verifica per tessuti sostenibili	n° test	2
		ispezioni produzione	n° ispezioni	223
F3	sicurezza e qualità	aumentare controllo/qualità magazzino	n° ispezioni	80
			var%	10
		avvio progetto per procedura QC inbound per nuovo magazzino	tempistica	ottobre
		avvio procedura Risk Assessment Sicurezza Prodotti	tempistica	settembre
F4	comunicazione trasparente per scelta consapevole	divulgazione interna ed esterna carbon footprint tool	n° iniziative	2
		promuovere la durata dei prodotti acquistati	n° iniziative	1
		sensibilizzazione clienti grandi utilizzatori del trasporto aereo	% open rate di comunicazione	30

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Catena di Fornitura ESG S

Le finalità di beneficio comune

F1

Tutelare il rispetto dei **diritti umani** nella **qualità e sicurezza del lavoro**.

F2

Monitorare i propri **fornitori** e contribuire attivamente per un'educazione alla tutela dell'ambiente, al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla lotta alla corruzione.

F3

Soddisfare le aspettative del **cliente** utilizzando diverse modalità finalizzate ad ottenere un miglioramento nei processi della catena della fornitura.

Stakeholder Beneficiario: fornitori

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Diritti Umani Lavoratori	individuazione sistema di calcolo per parificazione salari minimi vs salari dignitosi	tempistica	dicembre
	Trasparenza e tracciabilità	database con info su fornitori per articoli Atlantis a ridotto impatto	% fornitori inseriti	100
		certificazioni di sostenibilità	n°	2
		programma bluesign system - avvio assessment	tempistica	maggio

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Catena di Fornitura ESG S

Stakeholder Beneficiario: fornitori

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1		fornitori articoli Atlantis sottoposti a questionario (rating)	%	90
			punteggio medio	2,7/5
		valutazione fornitori Atlantis virtuosi per benchmark rating	n° fornitori	4
		predisposizione database per raccolta dati supply chain	tempistica	dicembre
F2	Formazione fornitori	workshop per implementare la strategia di sostenibilità	n° fornitori coinvolti	1
	Audit presso fornitori	somministrazione questionario fornitori visitati	%	50
F3	Soddisfazione cliente	monitoraggio reclami ricevuti dai consumatori e/o utenti finali	ESRS S4-3 %merce soggetta a reclamo sul fatturato	<0,10%
		creare nuova survey per soddisfazione cliente	tempistica	ottobre
		creazione nuovo database per sicurezza prodotto e qualità	tempistica	novembre

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Persone ESG S

Le finalità di beneficio comune

F1

Porre attenzione al **benessere**, all'equilibrio vita-lavoro, alla sicurezza aziendale e ai luoghi di lavoro salubri promuovendo attività di prevenzione della salute.

F2

Sostenere la **formazione** per favorire la crescita personale dei dipendenti e collaboratori e sviluppare una cultura di condivisione delle conoscenze.

F3

Promuovere l'**inclusione** a prescindere da età, genere, disabilità, razza, etnia, religione o altro per valorizzare il pluralismo e la diversità con equità.

F4

Rafforzare le **relazioni** tra le persone per aumentare la fiducia reciproca in modo da stimolare la collaborazione a tutti i livelli.

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Sicurezza sul lavoro	consegna e addestramento vademecum	% dipendenti formati	100
	Promozione della salute	pianificare Talking Hats su educazione alimentare	tempistica	dicembre
		analisi sangue in azienda	% adesione	70
		visite specialistiche - Centro di Medicina 2025	n° visite	96
	Work-life balance	diminuzione ferie arretrate	var %	-5

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Persone ESG S

Stakeholder Beneficiario: dipendenti

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Migliorare il welfare	maggior estensione buoni pasto-utilizzo	tempistica	gennaio
		gradimento della fruibilità buoni pasto	% di alto gradimento	70
		informare sugli strumenti per la prevenzione della salute	% adesione	60
F2	Formazione non obbligatoria	corsi professionali e su temi ESG	n°	15
			ESRS S1-13	43
			n° medio ore per dipendente	
F3	Inclusione	Talking Hats	n°	5
			% media di adesione	85
			% di alto gradimento	80
F4	Comunicazione interna	team building	n°	1
		Feedback tra team e prime linee	n° team	4
		bacheca digitale sostenibilità	n° news	24
			n° interazioni (reazioni/commenti)	240

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Comunità ESG S

Le finalità di beneficio comune

F1

Rispondere ai bisogni del territorio sostenendo e promuovendo attivamente progetti e iniziative a favore della **società civile**.

F2

Sostenere **proposte formative innovative** che possano coinvolgere fornitori, distributori, clienti, scuole e istituzioni.

F3

Creare un **network virtuoso** per condividere buone pratiche e informazioni al fine di diffondere conoscenza, necessaria per comprendere l'impatto delle azioni.

Stakeholder Beneficiario: comunità e territorio

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Iniziative sociali-donazioni	totale donazioni economiche ad associazioni no profit	% donazioni su utile	0,95
		sostegno progetti Associazione culturale-naturalistica	n° attività	18
			n° studenti	514
		sostegno progetto Emporio solidale	n° famiglie	313
		sostegno progetti di carattere internazionale	n°	1
		sostegno progetti di promozione e prevenzione della salute	n° iniziative	2
		sostegno progetti promozione sostenibilità	n°	2

Gli obiettivi da raggiungere nel 2025

Comunità ESG S

Stakeholder Beneficiario: comunità e territorio

FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONE	INDICATORE	TARGET 2025
F1	Iniziativa sociali-volontariato e socializzazione	partecipazione a manifestazioni solidali e attività di volontariato	n°	2
		team buiding solidale	% adesione	15
			ore destinate	27
F2	Proposte formative	alternanza scuola lavoro	n° studenti	6
		tirocinio universitario	n° studenti	3
F3	Partnership esterne	collaborazione con enti esterni	n° enti	1
		incontri con Gruppo di Sostenibilità - Confindustria Veneto Est	% di adesione	80
		pianificazione per adesione a eventi, conferenze sulla sostenibilità	tempistica	giugno
		partecipazione a eventi, conferenze su temi ESG	n°	5
			% aree aziendali coinvolte	90
% persone coinvolte	20			

Conclusioni

Il 2024 ha rappresentato per Master Italia un **anno di transizione, consolidamento e slancio**. La trasformazione in Società Benefit non è stata un traguardo, ma l'**inizio di un percorso** più ambizioso: coniugare performance economiche solide con un impatto positivo, misurabile e trasparente su persone, ambiente e comunità.

Questa prima Relazione di Impatto testimonia l'impegno concreto nel rendere la sostenibilità un principio guida integrato in tutte le attività aziendali. Dalla formalizzazione delle finalità di beneficio comune alla strutturazione del Comitato di Sostenibilità, dalla misurazione delle emissioni secondo gli standard SBTi alla sperimentazione di nuovi materiali a ridotto impatto, ogni azione racconta una visione: costruire un'impresa che crea valore condiviso e duraturo.

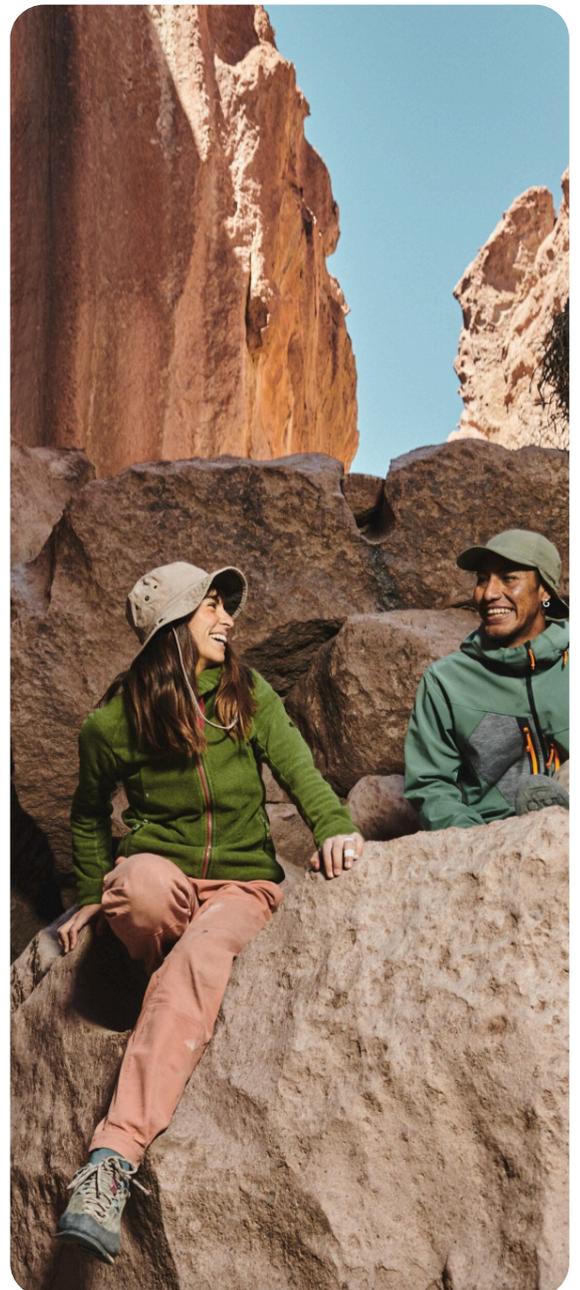
La nuova campagna del nostro marchio Atlantis, "**Hold your head up**" ("A testa alta"), esprime perfettamente questo approccio: non è solo un motto, ma un impegno a **operare con coraggio, trasparenza, qualità e responsabilità**. È un invito a portare avanti le nostre scelte con **fierezza**, a testa alta, anche quando il percorso richiede **cambiamenti complessi e decisioni non sempre immediate**.

I **risultati** raggiunti nel 2024 sono **significativi**, ma **non privi di criticità**. Alcuni obiettivi ambientali, come la riduzione delle emissioni Scope 1, sono stati parzialmente compromessi da eventi straordinari, mentre il contenimento dei rifiuti non riciclabili rimane una sfida aperta, soprattutto nelle aree produttive. Riconoscere queste aree di miglioramento non significa ridimensionare gli sforzi, ma rafforzare il senso di responsabilità e orientare le strategie future con maggiore consapevolezza.

Guardando al 2025, la roadmap è chiara: rafforzare la **governance** sostenibile, migliorare ulteriormente la tracciabilità e il coinvolgimento della catena di fornitura, ampliare le azioni di sensibilizzazione interna ed esterna, e avanzare nel percorso di decarbonizzazione in linea con gli impegni SBTi.

La sostenibilità, per Master Italia, non è un'etichetta, ma un **esercizio quotidiano di coerenza** tra valori e azioni. In un contesto globale che richiede scelte sempre più coraggiose e interdipendenti, crediamo che solo le aziende capaci di integrare responsabilità e innovazione saranno in grado di **affrontare le sfide del futuro**.

Con questa Relazione di Impatto **apriamo un dialogo aperto** con tutti i nostri stakeholder. Perché il cambiamento – autentico, duraturo, rigenerativo – non si costruisce da soli, ma insieme. **A testa alta**.



Atlantis

Questa Relazione di Impatto, redatta ai sensi della L. 208/2015 art. 1, commi da 376 a 384, approvata dal CdA, è stata realizzata dalle persone di Master Italia, in particolare dal Responsabile di Impatto, con il prezioso aiuto del Comitato di Sostenibilità e la fondamentale guida di Studio Poser.

© 2025 Master Italia S.p.A. Società Benefit

REV. 00/2025

Tutti i diritti riservati.

È vietata la riproduzione, anche parziale, del presente documento senza autorizzazione scritta.

Contatti:

Master Italia Spa Società Benefit

Sede legale:

Via Giorgio La Pira, 19

30027 San Donà di Piave (VE)

Italy

Tel. +39 0421 57 11 11

Website: atlantisheadwear.com

Mail: sustainability@atlantisheadwear.com



MASTER ITALIA S.p.A.
Società Benefit a Socio Unico

Via Giorgio La Pira, 19 - 30027 - San Donà di Piave - (Venezia) Italy

t. +39 0421 57 11 11 - atlantisheadwear.com - info@atlantisheadwear.com

Tax code and VAT number: IT02591350273 - Capital stock € 200.000,00 (fully paid) - REA VE0226037