



**HUMANA**  
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024

Con il supporto metodologico di:



Coordinamento:  
**Ufficio Certificazioni e processi  
di Humana People to People Italia**

Progetto a cura di:  
**SUBSENSE**

Direzione Creativa:  
**Pietro Spagnolo**

Progetto grafico e impaginazione:  
**Simone Buzzoni**

Composizione tipografica:  
**Source Serif 4** di Frank Grießhammer, **Uncut  
Sans** di Kasper Nordkvist e **Redaction**  
di Jeremy Mickel famiglie di caratteri open  
source

Stampa:  
Pozzoni S.p.A.  
Stampato su carte provenienti da foreste  
certificate FSC con inchiostri a base di acqua.

# Lettera agli Stakeholder

(GRI 2-22)

Caro Lettore,

entrati nel 2025, ci troviamo a riflettere sull'anno passato, provando soddisfazione per il nostro impegno rivolto alle comunità rurali e alle comunità più svantaggiate del mondo, alla lotta al cambiamento climatico e all'adattamento al riscaldamento globale.

Al centro di tutto ci sono le persone e il desiderio sincero di fare la differenza, con piccoli e grandi gesti che, messi insieme, generano un impatto reale. Le collaborazioni sono infatti essenziali per il raggiungimento dei nostri obiettivi. Un ringraziamento speciale va a chi dà un contributo ogni giorno: collaboratori, donatori, clienti e partner, rendendo possibile un cambiamento concreto. Solo insieme possiamo costruire un'economia più equa, una cultura consapevole e un mondo più umano.

Promuoviamo, con un approccio partecipativo, l'istruzione, la salute, la parità di genere, l'agricoltura sostenibile e il diritto a un futuro dignitoso.

Al centro del nostro impegno ci sono volti, storie, sogni: coltivatori che traggono frutto dalla terra, bambini di strada in cerca di un futuro, donne che non hanno potuto studiare, giovani che sognano di insegnare, persone escluse dalle cure di base. Con loro, fianco a fianco, ci sono anche gli attivisti degli Orti 3C, studenti e volontari italiani che scelgono di mettersi in gioco. Insieme costruiamo percorsi di crescita condivisa, che trasformano non solo le comunità, ma anche chi sceglie di farne parte.

A livello globale, Humana ha raggiunto e coinvolto 15 milioni di persone solo nel 2024.

In questo processo la nostra filiera degli abiti usati ha un ruolo irrinunciabile. Ogni capo donato ha un valore che va ben oltre il materiale: è un mezzo per sostenere progetti sociali e ambientali in Italia e nel mondo e, grazie al suo recupero, per preservare l'ambiente da inutili sprechi.

Ma il nostro impegno non si ferma alla solidarietà: siamo anche parte attiva della trasformazione del settore tessile verso un'economia più circolare. Nel 2024 abbiamo contribuito, insieme ad altre realtà del settore, al percorso normativo avviato a livello europeo sull'EPR (Responsabilità Estesa del Produttore) che in Italia è in fase di recepimento da parte del Ministero dell'Ambiente. In questo processo, Humana ha portato la voce e l'esperienza degli operatori della raccolta, selezione e preparazione al riutilizzo, un patrimonio di competenze costruito in oltre 25 anni di lavoro sul campo. Le nostre strutture, i nostri impianti e soprattutto le persone che ne fanno parte sono pronti ad affrontare questa transizione, offrendo soluzioni sostenibili, trasparenti e tracciabili.

Il futuro del settore tessile porta con sé grandi sfide per i prossimi anni e Humana vuole contribuire offrendo spunti concreti di confronto e sviluppo, costruendo modelli sostenibili non solo dal punto di vista economico e ambientale, ma anche sociale. Sappiamo che la moda sostenibile è ormai entrata nella consapevolezza collettiva, e nulla può essere più sostenibile che riutilizzare ciò che è già stato prodotto. Per questo motivo, supportare il riuso e potenziare i negozi di seconda mano è indispensabile. L'ecodesign è una splendida opportunità, ma senza un'adeguata valorizzazione del riuso rischierebbe di perdere parte della sua efficacia.

Vi auguro una buona lettura con l'auspicio di riuscire a trasmettere il senso della nostra missione. Crediamo che ogni azione volta a creare un mondo più giusto e sostenibile abbia un valore immenso. La nostra lunga esperienza ci insegna che le azioni positive portano sempre risultati duraturi.

**Ulla Carina Bolin**  
Presidente di Humana onlus

**Kare Dahne**  
Presidente di Humana scarl

Nota metodologica 11

1 Humana People to People Italia 30

2 La nostra squadra 58

3 La filiera degli abiti usati 80

PERIMETRO E SCOPO 11

GLI AMBITI DI INTERVENTO PRIORITARI E I CONTENUTI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 12

GLI STAKEHOLDER E IL PROCESSO DI COINVOLGIMENTO 22

PIANO DI SOSTENIBILITÀ E IL CONTRIBUTO AGLI SDGS 24

GLI SDGS PRIORITARI 26

1.1 CHI SIAMO 32

Highlights 34

La storia di Humana 36

Vision & Mission 38

Manifesto 39

Vision, mission e valori 40

La struttura organizzativa 42

Legalità e trasparenza nell'organizzazione 47

Modello Organizzativo e Codice Etico 48

1.2 LE PERFORMANCE ECONOMICHE 52

Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia scarl 53

Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia onlus 56

2.1 I COLLABORATORI DI HUMANA ITALIA 60

2.2 PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO 62

2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE 65

2.4 SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE 67

2.5 IL PERSONALE ESTERNO 70

3.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA 82

La filiera 84

3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA FILIERA 86

I partner di Humana 88

Il servizio di raccolta indumenti 90

Economia Circolare e EPR Tessile 92

Le destinazioni degli abiti 94

A) Impianti smistamento Organizzazioni Humana in Europa 94

B) Clienti esterni al circuito Humana 94

C) Centro di smistamento di Humana Italia 94

C.1) Destinazione riutilizzo. I negozi Humana Vintage e Second Hand in Italia e all'estero 95

C.2) Destinazione riciclo 95

C.3) Destinazione termovalorizzazione 96

La destinazione dell'originale 2024 97

3.3 GLI IMPATTI POSITIVI DELLA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI DI HUMANA 98

Mettiamo in pratica l'economia circolare: riutilizzo e riciclo a tutela dell'ambiente 98

Gli abiti diventano risorse per i progetti sociali nel mondo e in Italia   **99**  
Risparmio economico derivante dal servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti   **99**  
Creazione di nuovi posti di lavoro   **99**

**3.4 L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI   100**  
Emissioni e consumi di Humana   **100**

4   *Progetti sociali nel  
mondo*   **102**

**4.1 L'APPROCCIO DI HUMANA   104**  
  
**4.2 COOPERAZIONE INTERNAZIONALE   105**  
Enti finanziatori 2024   **109**  
Istruzione   **110**  
Escola de Professores do Futuro Tete   **114**  
Salute   **120**  
TC TB LON - prevenzione HIV e tubercolosi   **124**  
Agricoltura sostenibile e ambiente   **126**  
Centro di Sviluppo Rurale e Coltivazione dell'Anacardio   **128**  
Progetto pilota avvio raccolta abiti in India   **130**

5   *Generiamo cambiamento  
insieme in Italia*   **132**

**5.1 ATTIVITÀ SOCIO AMBIENTALI IN ITALIA   134**  
  
**5.2 ORTO 3C COLTIVIAMO IL CLIMA E LA COMUNITÀ   135**  
  
**5.3 PIANTUMAZIONE   136**  
Enti finanziatori 2024   **138**  
Partner aziendali e istituzionali   **139**  
  
**5.4 PARTNERSHIP AZIENDALI E COLLABORAZIONI   140**  
  
**5.5 AWARENESS   144**  
  
**5.6 VOLONTARIATO INTERNAZIONALE   146**  
  
**5.7 RACCOLTA FONDI   146**  
  
**5.8 SCUOLE ED EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA GLOBALE   146**  
  
**5.9 COMUNICAZIONE   147**

# Nota Metodologica

## PERIMETRO E SCOPO (GRI 2-1; 2-2; 2-3; 2-4)

Il **Bilancio di Sostenibilità** rappresenta lo strumento con cui **Humana People to People Italia onlus** e **Humana People to People Italia Società Cooperativa a r.l.**, di seguito congiuntamente denominate Humana o Humana Italia, salvo ove diversamente specificato, scelgono di comunicare in modo trasparente e strutturato le attività, i progetti, le iniziative e i risultati conseguiti nel corso dell’anno **2024** nei tre ambiti economico, sociale e ambientale.

Il presente documento si inserisce in un percorso avviato nel 2015, con l’adozione delle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI), che ha portato Humana Italia a sviluppare progressivamente un sistema di rendicontazione sempre più accurato, completo e fondato su indicatori rilevanti. Il Bilancio 2024 è redatto con riferimento ai GRI Sustainability Reporting Standards 2021.

A partire dal 2024, Humana ha scelto di integrare nel proprio processo di rendicontazione anche un **riferimento volontario e parziale** alle Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore (D.M. 4 luglio 2019), adottate con decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali in attuazione dell’art. 14 del D.Lgs. 117/2017 (Codice del Terzo Settore).

Pur non essendo attualmente iscritta al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), l’Organizzazione ha ritenuto utile valorizzare le convergenze tra gli standard GRI e le richieste normative per gli ETS, anche attraverso una **tabella di raccordo** inserita in allegato.

Nella redazione del Bilancio sono stati rispettati i seguenti principi guida:

**Rilevanza:** sono stati considerati tutti gli aspetti significativi per comprendere l'azione di Humana e il suo impatto sulle persone e sulle comunità.

**Completezza:** sono state incluse tutte le aree di attività, integrando dati qualitativi e quantitativi in modo coerente e rappresentativo.

**Trasparenza:** le informazioni sono state presentate in modo chiaro, accessibile e coerente, al fine di favorire la comprensione da parte di tutti gli stakeholder.

**Comparabilità:** i dati e i criteri di rendicontazione adottati consentono il confronto con le edizioni precedenti del Bilancio e con eventuali edizioni future.

**Verificabilità:** le informazioni riportate sono supportate da fonti documentali e riscontri interni, assicurando tracciabilità e affidabilità delle dichiarazioni fornite.

La redazione del presente documento è stata curata dall'Ufficio Certificazioni e Processi, con il coinvolgimento attivo dei reparti operativi e il supporto metodologico di ALTIS Advisory Srl, società benefit e spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio è possibile contattare:

**Greta Tenardi**  
g.tenardi@humanaitalia.org  
Tel. 02-93964042.

**GLI AMBITI DI INTERVENTO PRIORITARI E I CONTENUTI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**

(GRI 2-2; 3-1; 3-2)

I contenuti di questo Bilancio di Sostenibilità sono stati definiti a partire dall'analisi di materialità, con l'obiettivo di identificare i temi rilevanti per Humana Italia e per i suoi stakeholder. In linea con quanto stabilito dai GRI Standards, si considerano materiali quegli aspetti che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali più significativi, sia dal punto di vista dell'Organizzazione, sia da quello degli stakeholder.

La **matrice di materialità** attualmente adottata è frutto di un aggiornamento realizzato nel 2020, partendo da una lista di aspetti potenzialmente rilevanti, elaborata sulla base dei **GRI Standards** (inclusi i **Sector Disclosures** per il settore NGO), dei principali trend emergenti e delle priorità strategiche di Humana Italia.

Il processo di selezione dei temi materiali ha previsto un **coinvolgimento strutturato degli stakeholder interni** (management e funzioni organizzative) ed **esterni**, tra cui consociate estere, clienti all'ingrosso e al dettaglio, aziende e fondazioni partner, coordinatori dei progetti di cooperazione internazionale, enti che affidano il servizio di raccolta abiti, istituzioni pubbliche locali, mass media e volontari.

Le attività di ascolto sono state condotte attraverso **interviste individuali** e la somministrazione di un **questionario**, in cui agli interlocutori è stato richiesto di attribuire a ciascun tema un punteggio di rilevanza su una scala da 1 a 5. La matrice risultante è stata successivamente esaminata e approvata dalla Direzione di Humana. Sono stati identificati 11 temi materiali, caratterizzati da un punteggio medio di rilevanza pari o superiore alla soglia stabilita per Humana, per gli stakeholder, o per entrambi.

I temi materiali individuati si suddividono in tre ambiti principali:

**1. sostenibilità economica:** riguarda l'intera catena del valore di Humana, dalla raccolta fondi all'allocazione delle risorse, fino alla distribuzione di valore agli stakeholder e agli impatti economici indiretti generati nelle comunità. Per questi ultimi, data la complessità e l'eterogeneità dei progetti

sostenuti — distribuiti in diversi Paesi e contesti, con modalità differenti di trasferimento di competenze e strumenti — risulta difficile una quantificazione finanziaria standardizzata.

Una misurazione puntuale richiederebbe analisi di impatto ad hoc per ciascun progetto, con un dispendio di risorse e competenze attualmente non sostenibile per l'Organizzazione;

**2. sostenibilità sociale:** comprende i temi relativi alla salute e sicurezza di collaboratori e volontari, alla promozione delle pari opportunità e alla prevenzione delle discriminazioni, nonché alla gestione e formazione delle risorse umane.

In questo ambito rientrano anche i risultati generati dai progetti di cooperazione nel mondo e le attività di sensibilizzazione e inclusione sociale svolte in Italia;

**3. sostenibilità ambientale:** gli impatti ambientali di Humana derivano principalmente dalla gestione e valorizzazione degli abiti usati in un'ottica di economia circolare, dai progetti internazionali legati all'adattamento climatico e all'agricoltura sostenibile, dagli Orti 3C, dall'attività di piantumazione e dalle azioni adottate nei processi interni per ridurre le esternalità negative sull'ambiente.

**Figura 1** Matrice di Materialità

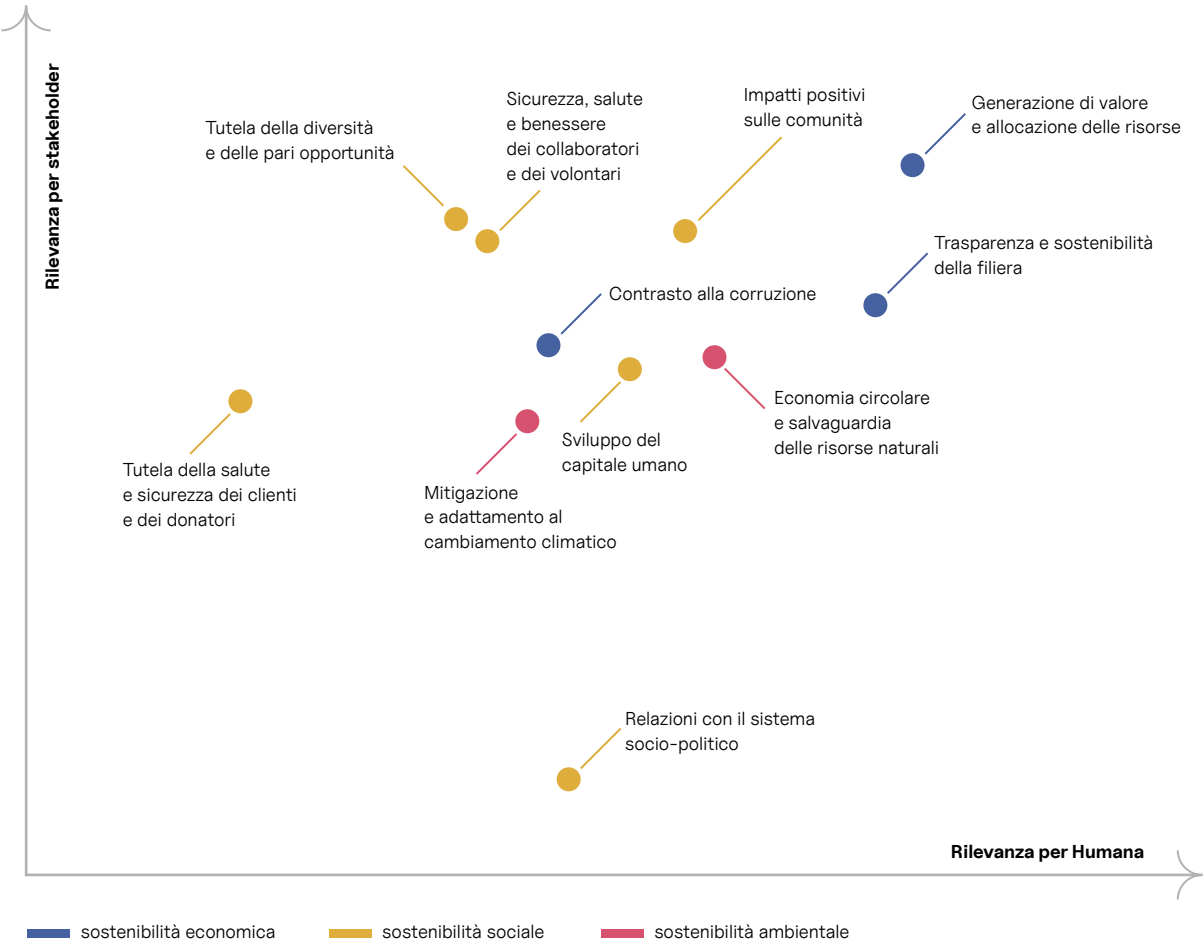


Tabella 1 Temi materiali e impatti rilevanti connessi

| Tema                                                     | Descrizione dell'impatto                                                                                                                                                                                                                                               | Tipologia di impatto  | Attività connesse                                                                                                                                                                                              | Stakeholder principalmente impattati                                           | GRI                                                        | SDGs                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali | Contributo alla riduzione del consumo di combustibili fossili lungo la catena del valore attraverso la promozione di un sistema di economia circolare                                                                                                                  | Positivo<br>Effettivo | Raccolta e vendita abiti usati                                                                                                                                                                                 | Ambiente e territorio                                                          | 305 - Emissioni<br>306 - Rifiuti                           | 12 - Consumo e produzione responsabili<br>13 - Lotta contro il cambiamento climatico                                                               |
|                                                          | Contributo alla riduzione del consumo di risorse naturali (acqua, materiali tessili) lungo la catena del valore                                                                                                                                                        | Positivo<br>Effettivo | Raccolta e vendita abiti usati. Iniziative in partnership con aziende (es. programma PCR Candiani Denim)                                                                                                       | Ambiente e territorio                                                          | 301 - Materiali<br>306 - Rifiuti                           | 12 - Consumo e produzione responsabili<br>13 - Lotta contro il cambiamento climatico                                                               |
|                                                          | Consumo di materie prime e in particolare plastica                                                                                                                                                                                                                     | Negativo<br>Effettivo | Raccolta e smistamento di abiti - attività di trasporto e logistica (utilizzo di sacchi)                                                                                                                       | Ambiente e territorio                                                          | 306 - Rifiuti                                              | 12 - Consumo e produzione responsabili                                                                                                             |
| Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico       | Contributo alla mitigazione e adattamento al cambiamento climatico attraverso il sostegno e l'implementazione di progetti dedicati al tema                                                                                                                             | Positivo<br>Effettivo | Progetti sociali e ambientali in Italia (es. Progetto Orti 3C)<br><br>Progetti di cooperazione internazionale                                                                                                  | Ambiente e territorio                                                          | 305 - Emissioni                                            | 13 - Lotta contro il cambiamento climatico                                                                                                         |
|                                                          | Contributo al cambiamento climatico attraverso la produzione di emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili derivanti in particolare dalle attività di logistica e trasporto e dai consumi energetici dell'impianto di smistamento | Negativo<br>Effettivo | Raccolta e smistamento abiti - attività di trasporto e logistica                                                                                                                                               | Ambiente e territorio                                                          | 305 - Emissioni                                            | 13 - Lotta contro il cambiamento climatico                                                                                                         |
| Impatti positivi sulle comunità                          | Contributo all'occupazione attraverso la creazione di nuovi posti di lavoro per la gestione dei vestiti (Italia, Europa e Africa)                                                                                                                                      | Positivo<br>Effettivo | Attività di smistamento abiti e vendita a Organizzazioni consorelle e aziende esterne al circuito dell'Organizzazione, in Europa e nel mondo                                                                   | Comunità locali nei Paesi in cui operano le Organizzazioni consorelle          | 401 - Occupazione<br>413 - Comunità locali                 | 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica                                                                                                          |
|                                                          | Miglioramento condizioni di bambini, loro famiglie e comunità (beneficiari degli interventi di Humana nel mondo) in ogni aspetto del vivere quotidiano                                                                                                                 | Positivo<br>Effettivo | Progetti di cooperazione internazionale                                                                                                                                                                        | Beneficiari dei progetti sociali e ambientali e di cooperazione internazionale | 203 - Impatti economici indiretti<br>413 - Comunità locali | 1 - Sconfiggere la povertà<br>5 - Parità di genere<br>6 - Acqua pulita e servizi igienico-sanitari                                                 |
|                                                          | Contributo all'educazione e all'incremento delle competenze dei piccoli coltivatori, donne, giovani                                                                                                                                                                    | Positivo<br>Effettivo | Progetti di cooperazione internazionale (es. formazione sui temi dell'accesso al cibo e alle risorse idriche, dello sviluppo di abilità imprenditoriali e dell'impiego di tecniche di agricoltura sostenibile) | Beneficiari dei progetti sociali e ambientali e di cooperazione internazionale | 203 - Impatti economici indiretti<br>413 - Comunità locali | 1 - Sconfiggere la povertà<br>2 - Sconfiggere la fame<br>6 - Acqua pulita e servizi igienico-sanitari<br>8 - Lavoro dignitoso e crescita economica |

Tabella 1 Temi materiali e impatti rilevanti connessi

| Tema                                                            | Descrizione dell'impatto                                                                                                                             | Tipologia di impatto   | Attività connesse                                                                                                                                    | Stakeholder principalmente impattati                                                               | GRI                                                                                                 | SDGs                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                                                                 | Miglioramento dell'educazione e dell'istruzione in Africa, Asia e America Latina                                                                     | Positivo<br>Effettivo  | Progetti di cooperazione internazionale che puntano ad assicurare una formazione di qualità a tutti i livelli, dai pre-scuola all'Università         | Beneficiari dei progetti sociali e ambientali e di cooperazione internazionale (giovani e bambini) | 203 - Impatti economici indiretti<br><br>404 - Educazione e formazione<br><br>413 - Comunità locali | 4 - Istruzione di qualità<br><br>16 - Pace, giustizia e istituzioni solide |
|                                                                 | Prevenzione e tutela della salute                                                                                                                    | Positivo<br>Effettivo  | Progetti di cooperazione internazionale (interventi di sensibilizzazione e prevenzione dell'HIV/AIDS e di contrasto alla malaria e alla tubercolosi) | Beneficiari dei progetti sociali e ambientali e di cooperazione internazionale                     | 203 - Impatti Economici Indiretti<br><br>413 - Comunità locali                                      | 3 - Salute e benessere                                                     |
|                                                                 | Coinvolgimento delle comunità locali e contributo all'inclusione sociale di soggetti in condizioni di vulnerabilità socio-economica e di marginalità | Positivo<br>Effettivo  | Progetto Orti 3C                                                                                                                                     | Volontari-attivisti e comunità di riferimento                                                      | 203 - Impatti economici indiretti<br><br>404 - Educazione e formazione<br><br>413 - Comunità locali | 11 - Città e comunità sostenibili                                          |
| Sviluppo del capitale umano                                     | Garanzia di un’occupazione stabile (es. contratti a tempo indeterminato)                                                                             | Positivo<br>Effettivo  | Gestione delle risorse umane                                                                                                                         | Dipendenti<br><br>Comunità locali                                                                  | 401 - Occupazione                                                                                   | 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica                                  |
|                                                                 | Aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti                                                                                     | Positivo<br>Effettivo  | Gestione delle risorse umane - piani di sviluppo e formazione aziendali                                                                              | Dipendenti                                                                                         | 404 - Educazione e formazione                                                                       | 4 - Istruzione di qualità<br><br>8 - Lavoro dignitoso e crescita economica |
| Sicurezza, salute e benessere dei collaboratori e dei volontari | Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei collaboratori e dei volontari derivante da potenziali episodi di incidenti sul lavoro     | Negativo<br>Potenziale | Gestione delle risorse umane – salute e sicurezza                                                                                                    | Dipendenti e volontari                                                                             | 403 – Salute e sicurezza sul lavoro                                                                 | 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica                                  |

Tabella 1 Temi materiali e impatti rilevanti connessi

| Tema                                                       | Descrizione dell'impatto                                                                                                                                                                                                                                | Tipologia di impatto       | Attività connesse                                                                                           | Stakeholder principalmente impattati                                                                                                                                             | GRI                                                                                                                                         | SDGs                                                                                |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Tutela delle diversità e delle pari opportunità            | Rischio di discriminazione di genere, età, orientamento sessuale, abilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose nell'ambiente di lavoro                                                                                 | Negativo<br><br>Potenziale | Gestione delle risorse umane                                                                                | Dipendenti e volontari                                                                                                                                                           | 405 – Diversità e pari opportunità<br><br>406 – Non discriminazione                                                                         | 5 – Parità di genere<br><br>10 – Disuguaglianze                                     |
| Tutela della salute e sicurezza dei donatori e dei clienti | Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei clienti e dei donatori                                                                                                                                                                       | Negativo<br><br>Potenziale | Gestione retail - salute e sicurezza.<br>Gestione dei contenitori.<br>Sanificazione abiti                   | Clienti retail<br><br>Donatori di abiti                                                                                                                                          | 416 – Salute e sicurezza del cliente                                                                                                        | 3 – Salute e benessere                                                              |
| Relazioni con il sistema socio-politico                    | Partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche a livello nazionale e regionale sui temi di interesse di Humana, anche attraverso le relazioni con altri soggetti chiave del sistema socio-politico (es. associazioni di categoria, consorzi, ecc.) | Positivo<br><br>Potenziale | Partecipazione a tavoli istituzionali                                                                       | Istituzioni locali e territoriali<br><br>Comunità Locali dei Paesi in cui operano le Organizzazioni consorelle<br><br>Associazioni di categoria                                  | 415 – Politica pubblica                                                                                                                     | 16 – Pace, giustizia e istituzioni solide<br><br>17 – Partnership per gli obiettivi |
| Contrasto alla corruzione                                  | Casi di corruzione all'interno dell'Organizzazione                                                                                                                                                                                                      | Negativo<br><br>Potenziale | Ufficio Legale Humana                                                                                       | Dipendenti                                                                                                                                                                       | 2-23 – Impegni assunti tramite policy<br><br>2-26 – Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità<br><br>205 – Anticorruzione | 16 – Pace, giustizia e istituzioni solide                                           |
| Generazione di valore e allocazione delle risorse          | Valore generato e distribuito lungo tutta la catena del valore                                                                                                                                                                                          | Positivo<br><br>Effettivo  | Tutte le attività di Humana - modello di business autoalimentato, che prevede la sinergia tra onlus e scarl | Dipendenti<br><br>Aziende partner<br><br>Gestori/Stazioni appaltanti<br><br>Clienti retail e clienti all'ingrosso<br><br>Beneficiari dei progetti di cooperazione internazionale | 201 – Performance economiche                                                                                                                | 1 – Sconfiggere la povertà<br><br>8 – Lavoro dignitoso e crescita economica         |

**Tabella 1** Temi materiali e impatti rilevanti connessi

| Tema                                      | Descrizione dell'impatto                                                                                                                                       | Tipologia di impatto      | Attività connesse                                                                                                                                                                                                                                  | Stakeholder principalmente impattati                                                                                                                                                            | GRI                                                                                                                                      | SDGs                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trasparenza e sostenibilità della filiera | Garanzia e sensibilizzazione sulla trasparenza della propria filiera, dall'affidamento del servizio a tutti gli anelli seguenti, fino alla destinazione finale | Positivo<br><br>Effettivo | Ufficio Legale Humana - Modello Organizzativo di Gestione e Controllo D. Leg. 231/2001<br><br>Uffici Comunicazione e Marketing e CSR - iniziative di comunicazione e formazione rivolte agli stakeholder e cooperazione con altri enti e organismi | Dipendenti<br><br>Aziende partner<br><br>Clienti retail e clienti all'ingrosso<br><br>Comunità locali<br><br>Gestori/Stazioni appaltanti<br><br>Associazioni di categoria<br><br>Donatori abiti | <br><br><b>2-4</b> - Stakeholder engagement<br><br><b>2-28</b> - Adesione ad associazioni<br><br><b>417</b> - Marketing ed etichettatura | <br><br><b>8</b> - Lavoro dignitoso e crescita economica<br><br><b>12</b> - Consumo e produzione responsabili<br><br><b>17</b> - Partnership per gli obiettivi |
|                                           | Promozione di criteri minimi di sostenibilità sulla catena del valore                                                                                          | Positivo<br><br>Effettivo | Uffici Legale, Commerciale e Ambiente di Humana - la valutazione socio-ambientale dei clienti all'ingrosso e dei fornitori di servizi di smaltimento                                                                                               | Gestori/Stazioni appaltanti<br><br>Clienti retail e clienti all'ingrosso<br><br>Aziende partner                                                                                                 | <b>308</b> - Valutazione ambientale dei fornitori<br><br><b>414</b> - Valutazione sociale dei fornitori                                  | <b>8</b> - Lavoro dignitoso e crescita economica<br><br><b>12</b> - Consumo e produzione responsabili<br><br><b>13</b> - Lotta contro il cambiamento climatico |

GLI STAKEHOLDER E IL PROCESSO DI COINVOLGIMENTO  
(GRI 2-29)

Il dialogo con i portatori di interesse è da sempre un elemento chiave della strategia e dei valori di Humana. Anche nel corso del 2024, l'Organizzazione ha promosso, quando possibile, iniziative di ascolto e coinvolgimento dei propri stakeholder.

- Nella Tabella 2 si riportano in particolare:
- le principali **categorie di stakeholder** di Humana Italia;
  - i **temi** emersi come prioritari;
  - le **attività** di ascolto, dialogo e consultazione realizzate nel corso dell'ultimo anno.

Tabella 2 Stakeholder engagement e processo di coinvolgimento

| Principali stakeholder di Humana Italia                                                                                                                           | Argomenti chiave ed eventuali criticità                                             | Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>Dipendenti                                                                   | ↪ Formazione e iniziative di stakeholder engagement                                 | ↪ Incontri regolari per reparto<br>↪ Aggiornamenti tramite Quarterly Meeting<br>↪ Newsletter interne<br>↪ Bilancio di Sostenibilità                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <br>Donatori abiti                                                               | ↪ Trasparenza della filiera<br>↪ Servizio di raccolta abiti<br>↪ Salute e sicurezza | ↪ Manutenzione costante contenitori per la raccolta abiti<br>↪ Comunicazione integrata con i Comuni e i cittadini<br>↪ Sito web dedicato: <a href="http://raccoltavestiti.humanaitalia.org/">http://raccoltavestiti.humanaitalia.org/</a>                                                                                                                                                                                                            |
| <br>Sostenitori (fondazioni e istituzioni)                                     | ↪ Comunicazione e valorizzazione della mission di Humana                            | ↪ Rendicontazione specifica<br>↪ Viaggio di missione Brasile e India<br>↪ Bilancio di Sostenibilità<br>↪ Sito istituzionale: <a href="http://www.humanaitalia.org">www.humanaitalia.org</a>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <br>Sostenitori (singoli individui)                                            | ↪ Coinvolgimento sulla mission di Humana e fidelizzazione                           | ↪ Campagna 5X1000<br>↪ eNewsletter dedicata a coloro che sono registrati sul sito istituzionale<br>↪ Bilancio di Sostenibilità<br>↪ Sito istituzionale: <a href="http://www.humanaitalia.org">www.humanaitalia.org</a>                                                                                                                                                                                                                               |
| <br>Volontari                                                                  | ↪ Formazione<br>↪ Salute e sicurezza                                                | ↪ Campagna 5x1000<br>↪ eNewsletter dedicata a coloro che sono registrati sul sito istituzionale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <br>Aziende partner (cause related marketing, raccolta straordinaria di abiti) | ↪ Coinvolgimento sulla mission di Humana e fidelizzazione                           | ↪ Campagne di take back con aziende di abbigliamento<br>↪ Volontariato aziendale: 127 dipendenti di aziende diverse hanno svolto attività negli Orti 3C di Cornaredo e Settimo Milanese<br>↪ Swap party organizzati da aziende partner per lo scambio di indumenti tra i dipendenti. Le iniziative sono state gestite dallo staff in termini volontari e hanno sortito raccolte di abiti devoluti a Humana<br>↪ Webinar informativi per i dipendenti |

| Principali stakeholder di Humana Italia                                                                                                                      | Argomenti chiave ed eventuali criticità                                                                 | Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>Clienti retail                                                        | ↪ Fidelizzazione<br>↪ Comunicazione e sensibilizzazione sulla mission di Humana<br>↪ Salute e sicurezza | ↪ Sito web e social media (Facebook, Instagram e TikTok) dedicati<br>↪ Comunicazione tramite TV interna presso i punti vendita<br>↪ Materiale informativo nei punti vendita                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <br>Clienti all'ingrosso                                                  | ↪ Criteri di selezione<br>↪ Migliore risposta alle esigenze dei clienti in termini di controllo qualità | ↪ Survey per verificare la customer satisfaction                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <br>Gestori (Utilities, comuni, consorzi)                                 | → Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati                                     | ↪ Organizzazione dell'evento Impianti aperti con Assoambiente con il convegno "L'EPR nella filiera globale del tessile: scenari futuri tra competenze, innovazioni e impatti"<br>↪ Partecipazione Salone della CSR, convegni "Da rifiuti a risorse: i passi avanti dell'economia circolare", "Il fenomeno del Second Hand in Italia: opportunità e sfide per i brand di moda" e "Professione sostenibilità: nuove generazioni e aziende in dialogo"<br>↪ Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi; convegni "Rifiuti tessili urbani: raccolta, riuso e riciclo. A che punto siamo?"; "Produzione Sostenibile & Ecodesign. Le sfide"; "La filiera globale del tessile per un'economia circolare competitiva"<br>↪ Bilancio di Sostenibilità<br>↪ Sito web – pagine dedicate  |
| <br>Istituzioni locali e territoriali (regione, provincia)              | ↪ Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati                                     | ↪ Organizzazione dell'evento Impianti aperti con Assoambiente con il convegno "L'EPR nella filiera globale del tessile: scenari futuri tra competenze, innovazioni e impatti"<br>↪ Partecipazione Salone della CSR, convegni "Da rifiuti a risorse: i passi avanti dell'economia circolare", "Il fenomeno del Second Hand in Italia: opportunità e sfide per i brand di moda" e "Professione sostenibilità: nuove generazioni e aziende in dialogo"<br>↪ Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi; convegni "Rifiuti tessili urbani: raccolta, riuso e riciclo. A che punto siamo?"; "Produzione Sostenibile & Ecodesign. Le sfide"; "La filiera globale del tessile per un'economia circolare competitiva"<br>↪ Bilancio di Sostenibilità<br>↪ Sito web – pagine dedicate  |
| <br>Associazioni di categoria o di settore (es. Assorecuperi, Rete Onu) | ↪ Trasparenza della filiera<br>↪ Sensibilizzazione sui temi dell'usato e del recupero                   | ↪ Organizzazione dell'evento Impianti aperti con Assoambienti con il convegno "L'EPR nella filiera globale del tessile: scenari futuri tra competenze, innovazioni e impatti"<br>↪ Partecipazione Salone della CSR: convegni "Da rifiuti a risorse: i passi avanti dell'economia circolare", "Il fenomeno del Second Hand in Italia: opportunità e sfide per i brand di moda" e "Professione sostenibilità: nuove generazioni e aziende in dialogo"<br>↪ Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi e convegni "Rifiuti tessili urbani: raccolta, riuso e riciclo. A che punto siamo?"; "Produzione Sostenibile & Ecodesign. Le sfide"; "La filiera globale del tessile per un'economia circolare competitiva"<br>↪ Bilancio di Sostenibilità<br>↪ Sito web – pagine dedicate |

| Principali stakeholder di Humana Italia                                                                                                               | Argomenti chiave ed eventuali criticità                                                                                                                                                                                                                                                                           | Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>Beneficiari dei progetti in Italia e nel mondo (comunità locale) | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Sensibilizzazione sulle tematiche di sviluppo sostenibile e del recupero</li><li>↪ Formazione e sensibilizzazione</li><li>↪ Attività di ricaduta locale, derivanti dal servizio di raccolta indumenti</li></ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ 25 progetti di sviluppo sostenuti</li><li>↪ Incontri formativi e di sensibilizzazione realizzati presso le scuole e progetti di ricaduta locale sul territorio</li></ul> |
| <br>Media (stampa, web)                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Trasparenza della filiera</li><li>↪ Sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile e dell'economia circolare</li></ul>                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Ufficio stampa</li><li>↪ Invio di newsletter e DEM dedicate</li><li>↪ Aggiornamento sito istituzionale e aggiornamento sito dedicato alla raccolta vestiti</li></ul>     |
| <br>Federazione Internazionale Humana People to People               | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Condivisione della linea strategica di sostegno ai progetti di cooperazione internazionale</li><li>↪ Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione</li></ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Progress report</li><li>↪ Report per ogni progetto</li><li>↪ Meeting periodici</li><li>↪ Incontri formativi</li></ul>                                                    |
| <br>Consorelle di Humana                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione</li><li>↪ Collaborazione per aumentare la qualità dei capi smistati e spediti in Africa</li><li>↪ Collaborazione per la realizzazione dei progetti sociali e ambientali</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>↪ Visite in loco</li><li>↪ Meeting periodici in presenza e online</li></ul>                                                                                                |

PIANO DI SOSTENIBILITÀ  
E IL CONTRIBUTO AGLI SDGs  
(GRI 2-23)

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno adottato l’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, articolata in 17 Obiettivi globali (Sustainable Development Goals – SDGs) e 169 target specifici da raggiungere entro il 2030. Anche nel 2024, Humana Italia, insieme alle Organizzazioni della Federazione Internazionale Humana People to People, ha continuato a contribuire attivamente al raggiungimento di diversi SDGs attraverso **progetti e iniziative concrete, coerenti con la cosiddetta strategia delle “5P”: Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership**.

Sin dalla sua nascita, Humana opera per ridurre il divario tra chi ha accesso a una vita dignitosa, con risorse, diritti e opportunità, e chi ne è privo, spesso anche della possibilità di migliorare le proprie condizioni. Il cambiamento è costruito attraverso il coinvolgimento diretto di individui e comunità:

è questo il senso profondo di “**People to People**”, dalle persone alle persone. Una visione che guida il nostro impegno quotidiano per costruire un mondo più equo e sostenibile.

A partire dal 2022, Humana Italia ha avviato un percorso strutturato per la definizione di un Piano Strategico di Sostenibilità, basato sul quadro degli SDGs. Ne sono stati individuati cinque come prioritari, in quanto pienamente coerenti con la missione e gli obiettivi di medio-lungo periodo dell’Organizzazione, e altri sei come significativamente impattati dalle attività operative svolte (si veda pag. 26). Nella discussione avviata all’interno dell’Organizzazione, uno dei principali temi emersi è legato alla volontà di **valorizzare l’impatto ambientale positivo** di Humana, reso possibile da una parte dall’applicazione dei principi dell’economia circolare nella filiera della raccolta abiti e dall’altra dall’implementazione di progetti nel mondo che mettono al centro l’adattamento e la mitigazione dei cambiamenti climatici.

Il filo conduttore del piano è stato quindi identificato con la **lotta al riscaldamento globale e al cambiamento climatico** (SDG 13 – Agire per il clima), tema centrale per ogni attività e area organizzativa, finalizzata a offrire salute, benessere, cibo e ambienti sani alle persone. Tra le principali azioni riconducibili a quest’ambito vi sono:

- ↪ l’installazione d’**impianti per l’energia rinnovabile** nella sede di Pregnana Milanese per avere il 100% di fornitura di energia rinnovabile entro il 2027. L’obiettivo ambientale permane a fronte però di un probabile posticipo temporale;
- ↪ la piantumazione degli alberi per compensare completamente le emissioni di CO<sub>2</sub> delle attività produttive entro il 2030, e quindi raggiungere il "climate neutral". Si stima la **piantumazione totale di circa 85.000 alberi**. L’Organizzazione ha in previsione per il 2025 una verifica del proprio impatto ambientale a cui potrebbe seguire un ricalcolo degli alberi da piantumare;
- ↪ la promozione dell’**agricoltura sostenibile**, per esempio attraverso gli Orti 3C Coltiviamo il Clima e la Comunità;
- ↪ implementazione di progetti in Africa, Asia e America Latina volti a **mitigare il cambiamento climatico** (per esempio attraverso l’uso di colture particolarmente adatte alla fissazione della CO<sub>2</sub> e in generale includendo in tutti i progetti sociali attivi azioni di tutela ambientale).

Humana si è posta inoltre degli obiettivi inerenti in modo specifico l’attività di raccolta e selezione degli abiti. Questi sono:

- ↪ **ridurre del 50% il consumo di combustibili fossili entro il 2030**. Il raggiungimento di tale obiettivo risulta a oggi incerto, a causa dell’assenza sul mercato di automezzi dotati delle necessarie caratteristiche tecniche di autonomia e portata, indispensabili per un’adeguata logistica;
- ↪ **dimezzare la quota di materiale proveniente dallo smistamento degli indumenti e destinato alla termovalorizzazione**<sup>1</sup>, anche attraverso l’adozione di nuove tecnologie e metodi di riciclo.

Il raggiungimento di questo risultato, negli ultimi anni, è stato rallentato dall’abbassamento della qualità degli abiti raccolti, spesso provenienti dalla fast e ultra-fast fashion;

- ↪ agire in modo propositivo per **promuovere cambiamenti strutturali** nel settore tessile

globale, al fine di ridurre l’impatto ambientale complessivo.

**Al centro della visione strategica di Humana vi sono le persone** (SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica). Tutto ciò che l’Organizzazione rappresenta è reso possibile dal lavoro, dalla passione e dall’impegno quotidiano dei collaboratori, uniti da valori comuni e dalla volontà di contribuire al miglioramento delle condizioni di vita dei più fragili.

Tra i pilastri fondanti dell’Organizzazione vi sono **la correttezza e la trasparenza della filiera** (SDG 16 – Pace, giustizia e istituzioni forti), garantite attraverso il tracciamento continuo dei flussi di indumenti, dalla fase di affidamento del servizio fino alla destinazione finale dei capi raccolti, e delle risorse destinate ai progetti di cooperazione internazionale. Comunicare in modo chiaro e verificabile ogni passaggio è per Humana un elemento essenziale per rendere visibile e misurabile il valore sociale generato.

Gli SDG 12 e 17 rappresentano le due anime complementari di Humana Italia. Da un lato, l’impegno quotidiano della Cooperativa nella valorizzazione degli abiti usati e nella promozione dei principi dell’economia circolare incarna l’SDG 12 – Consumo e produzione responsabili. Dall’altro, le risorse generate da queste attività rendono possibile la realizzazione di progetti ambientali e solidali, in Italia e nel mondo, gestiti direttamente o in collaborazione con Humana onlus, in linea con l’SDG 17 – Partnership per gli obiettivi.

Questa sinergia tra attività economica e impatto sociale consente a Humana di contribuire, in modo diretto e indiretto, anche ad altri SDGs: 1 – Sconfiggere la povertà; 2 – Sconfiggere la fame; 3 – Salute e benessere; 4 – Istruzione di qualità; 5 – Parità di genere; 6 – Acqua pulita e servizi igienico-sanitari.

La grafica seguente illustra il collegamento tra gli SDGs e gli aspetti materiali identificati secondo il framework GRI, approfonditi nel corso del presente documento.

<sup>1</sup> La formulazione iniziale dell’obiettivo prevedeva il dimezzamento della quota di abiti destinata allo “smaltimento”. Il termine è stato sostituito con “termovalorizzazione” poiché l’Organizzazione non invia nulla a smaltimento.

GLI SDGS PRIORITARI

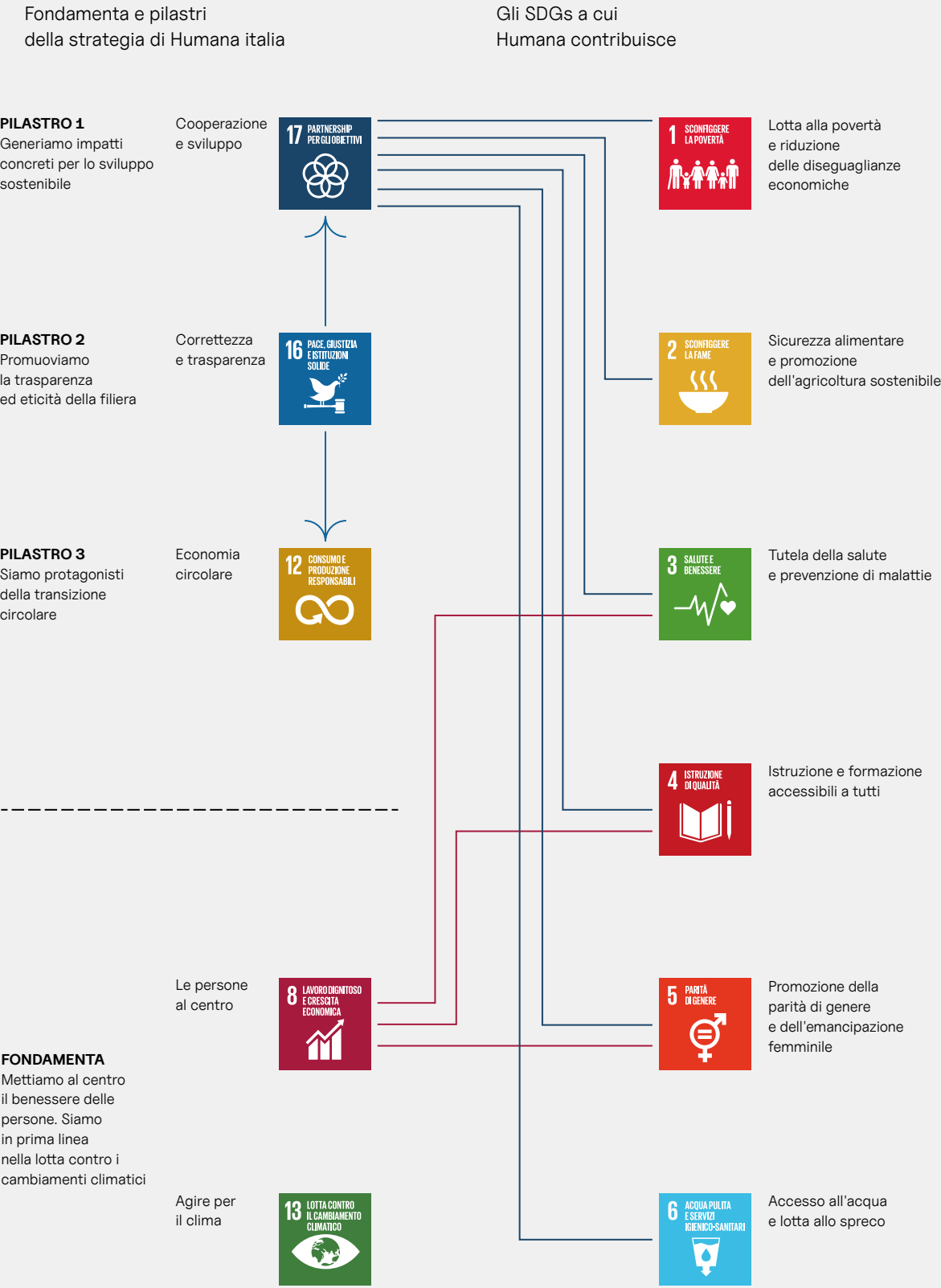


Tabella 3 Correlazione tra aspetti materiali e SDGs

| SDGs                                                                                                                                | Target                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Aspetti materiali                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>SDG 1</b><br>No poverty                   | <p><b>1.1</b> Entro il 2030, eliminare la povertà estrema per tutte le persone in tutto il mondo, attualmente misurata sulla base di coloro che vivono con meno di 1,25 \$ al giorno.</p> <p><b>1.2</b> Entro il 2030, ridurre almeno della metà la percentuale di uomini, donne e bambini di ogni età che vivono in povertà in tutte le loro dimensioni in base alle definizioni nazionali.</p> <p><b>1.5</b> Entro il 2030, rafforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione a eventi estremi legati al clima e ad altri shock e disastri economici, sociali e ambientali.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>→ Impatti positivi sulle comunità</p>                                                                                                                                                                   |
| <br><b>SDG 2</b><br>Zero Hunger                  | <p><b>2.1</b> Entro il 2030, eliminare la fame e assicurare a tutte le persone, in particolare i poveri e le persone in situazioni vulnerabili, tra le quali i bambini, l'accesso a un'alimentazione sicura, nutriente e sufficiente per tutto l'anno.</p> <p><b>2.2</b> Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane.</p> <p><b>2.3</b> Entro il 2030, raddoppiare la produttività agricola e il reddito dei produttori di alimenti su piccola scala, in particolare le donne, le popolazioni indigene, le famiglie di agricoltori, pastori e pescatori, anche attraverso l'accesso sicuro e giusto alla terra, ad altre risorse e stimoli produttivi, alla conoscenza, ai servizi finanziari, ai mercati e alle opportunità che creino valore aggiunto e occupazione non agricola.</p>                                      | <p>→ Impatti positivi sulle comunità</p>                                                                                                                                                                   |
| <br><b>SDG 3</b><br>Good health and well-being | <p><b>3.2</b> Entro il 2030, mettere fine alle morti evitabili di neonati e bambini sotto i 5 anni di età, con l'obiettivo per tutti i Paesi di ridurre la mortalità neonatale a non più di 12 su 1.000 nati vivi, e per i bambini al di sotto dei 5 anni, ridurre la mortalità a non più di 25 su 1.000 nati vivi.</p> <p><b>3.3</b> Entro il 2030, porre fine alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate e combattere l'epatite, le malattie collegate all'uso dell'acqua e altre malattie trasmissibili.</p> <p><b>3.7</b> Entro il 2030, garantire l'accesso universale ai servizi di assistenza sanitaria sessuale e riproduttiva, compresi quelli per la pianificazione familiare, l'informazione e l'educazione, e l'integrazione della salute riproduttiva nelle strategie e nei programmi nazionali.</p> <p><b>3.8</b> Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti.</p> | <p>→ Impatti positivi sulle comunità (Salute e sicurezza dei beneficiari)</p> <p>→ Salute, sicurezza e benessere dei collaboratori, dei volontari</p> <p>→ Tutela della salute e sicurezza del cliente</p> |

| SDGs                                                                                                                                   | Target                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Aspetti materiali                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>SDG 4</b><br>Quality Education                 | <b>4.1</b> Entro il 2030, assicurarsi che tutti i ragazzi e le ragazze completino un'istruzione primaria e secondaria libera, equa e di qualità che porti a rilevanti ed efficaci risultati di apprendimento.                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                        | <b>4.3</b> Entro il 2030, garantire la parità di accesso per tutte le donne e uomini a un'istruzione a costi accessibili e di qualità, a un'istruzione professionale e di terzo livello, compresa l'Università.                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                        | <b>4.4</b> Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse quelle tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.                                                                                                                                                                                                                                    | → Impatti positivi sulle comunità<br>→ Sviluppo del capitale umano                                                                        |
|                                                                                                                                        | <b>4.7</b> Entro il 2030, assicurarsi che tutti gli studenti acquisiscano le conoscenze e le competenze necessarie per promuovere lo sviluppo sostenibile attraverso, tra l'altro, l'educazione per lo sviluppo e stili di vita sostenibili, i diritti umani, l'uguaglianza di genere, la promozione di una cultura di pace e di non violenza, la cittadinanza globale e la valorizzazione della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile. |                                                                                                                                           |
| <br><b>SDG 5</b><br>Gender Equality                  | <b>5.1</b> Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze di ogni parte del mondo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                        | <b>5.3</b> Eliminare tutte le pratiche dannose, come il matrimonio delle bambine, forzato e combinato, e le mutilazioni genitali femminili.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | → Impatti positivi sulle comunità<br>→ Politiche per la gestione delle risorse umane<br>→ Tutela della diversità e delle pari opportunità |
|                                                                                                                                        | <b>5.5</b> Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                           |
| <br><b>SDG 8</b><br>Decent work and economic growth | <b>8.4</b> Migliorare progressivamente, fino al 2030, l'efficienza delle risorse globali nel consumo e nella produzione nel tentativo di scindere la crescita economica dal degrado ambientale.                                                                                                                                                                                                                                                                                | → Sviluppo del capitale umano<br>→ Salute e Sicurezza di collaboratori e volontari                                                        |
|                                                                                                                                        | <b>8.6</b> Entro il 2030, ridurre sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                           |

| SDGs                                                                                                                                            | Target                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Aspetti materiali                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>SDG 12</b><br>Responsible Consumption and Production  | <b>12.2</b> Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali.                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                 | <b>12.5</b> Entro il 2030, diminuire in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo.                                                                                                                                                                                                      | → Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali<br>→ Trasparenza e sostenibilità della filiera                             |
|                                                                                                                                                 | <b>12.6</b> Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche.                                                                                                                                        |                                                                                                                                       |
| <br><b>SDG 13</b><br>Climate Action                          | <b>12.7</b> Promuovere pratiche in materia di appalti pubblici che siano sostenibili, in accordo con le politiche e priorità nazionali.                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                 | <b>13.1</b> Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e ai disastri naturali in tutti i Paesi.                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                 | <b>13.3</b> Migliorare l'istruzione, la sensibilizzazione e la capacità umana e istituzionale riguardo ai cambiamenti climatici in materia di mitigazione, adattamento, riduzione dell'impatto e di allerta precoce.                                                                                                                                        | → Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico                                                                                  |
|                                                                                                                                                 | <b>13b</b> Promuovere meccanismi per aumentare un'efficace pianificazione e gestione connessa al cambiamento climatico nei Paesi meno sviluppati e nei piccoli Stati insulari in via di sviluppo, concentrandosi tra l'altro sulle donne, i giovani e le comunità locali ed emarginate.                                                                     |                                                                                                                                       |
| <br><b>SDG 16</b><br>Peace, Justice and Strong Institutions | <b>16.5</b> Ridurre sensibilmente la corruzione e gli abusi di potere in tutte le loro forme.                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                 | <b>16.6</b> Sviluppare a tutti i livelli istituzioni efficaci, responsabili e trasparenti.                                                                                                                                                                                                                                                                  | → Contrasto alla corruzione<br>→ Trasparenza e sostenibilità della filiera                                                            |
| <br><b>SDG 17</b><br>Partnership for the Goals             | <b>17.3</b> Mobilitare ulteriori risorse finanziarie per i Paesi in via di sviluppo da più fonti.                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                 | <b>17.9</b> Rafforzare il sostegno internazionale per attuare nei Paesi non industrializzati uno sviluppo delle capacità efficace e mirato, al fine di sostenere i piani nazionali per l'attuazione di tutti gli obiettivi di sviluppo sostenibile, anche attraverso la cooperazione internazionale Nord-Sud, Sud-Sud e triangolare.                        | → Generazione di valore e allocazione delle risorse<br>→ Impatti positivi sulle comunità<br>→ Relazioni con il sistema socio-politico |
|                                                                                                                                                 | <b>17.16</b> Migliorare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da partenariati multilaterali che mobilitino e condividano le conoscenze, le competenze, le tecnologie e le risorse finanziarie, per sostenere il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile in tutti i Paesi, in particolare quelli in via di sviluppo. |                                                                                                                                       |

1

HUMANA  
PEOPLE  
TO PEOPLE  
ITALIA

PROMOTORI  
DI TRASPARENZA  
E CORRETTEZZA

1.1  
*Chi siamo*  
(GRI 2-6; 2-28)

**Nata nel 1998** in Italia, Humana promuove la cultura della **solidarietà** e della **sostenibilità**, realizzando e sostenendo progetti di cooperazione internazionale di medio-lungo termine in Paesi svantaggiati e iniziative sociali e ambientali in Italia.

La **fonte di finanziamento** storica dei progetti di Humana sono gli **indumenti usati raccolti e avviati al recupero**.

Questa, affiancata negli anni dalla raccolta fondi e dalle partnership, costituisce anche lo strumento principe di promozione di uno **sviluppo sostenibile**, in termini di impatto sociale e di diffusione dell’economia circolare.

Humana Italia fa parte della **Federazione Internazionale Humana People to People**.



I progetti di Humana sono realizzati nei **Paesi più poveri del mondo e in Italia** e afferiscono alle seguenti macroaree di intervento:

nel mondo

- Salute:** sensibilizzazione e prevenzione dell’HIV/AIDS e contrasto alla malaria e alla tubercolosi.
- Istruzione:** formazione di qualità a tutti i livelli, dai pre-scuola all’Università.
- Agricoltura sostenibile e ambiente:** formazione dei piccoli coltivatori sui temi dell’accesso al cibo e alle risorse idriche, della tutela ambientale e dello sviluppo di abilità imprenditoriali.
- Sviluppo comunitario:** supporto ai bambini e alle loro famiglie e comunità in ogni aspetto del vivere quotidiano.

in Italia

- Azioni sociali e di sensibilizzazione:** promozione della cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile.
- Attivismo Climatico e Orti 3C** (Coltiviamo il Clima e la Comunità), **incontri nelle scuole** e **iniziative di ricaduta locale:** attività a favore di persone vulnerabili o per salvaguardare l’ambiente in cui viviamo, realizzate insieme a Comuni nostri partner e a enti del territorio.

# Highlights

I numeri di Humana  
al 31.12.2024



25

PROGETTI

Sostenuti in  
Africa sub-sahariana,  
America Latina e India



5.882

CONTENITORI

Per la raccolta degli abiti





5,4

MILIONI DI EURO

Risparmiati dalle Pubbliche Amministrazioni, e  
quindi dai cittadini, grazie al mancato smaltimento  
degli indumenti che Humana ha raccolto





27.432.135

CHILI DI ABITI

Raccolti in Italia equivalenti a 1.432 TIR



314

COLLABORATORI

Humana Italia



1.127.221,68

EURO\*

Fondi destinati agli interventi di cooperazione  
internazionale



1.492

COMUNI

Partner nell'attività di  
raccolta degli indumenti



3.914.552

CHILI DI ABITI

Smistati in Italia



156.231

TONNELLATE\*\*

Di emissioni di CO2 evitate, pari  
all'azione di **1,6 milioni di alberi**





15+3+1

NEGOZI

15 negozi vintage, 3 second hand  
e 1 vintage online

\*Il dato non include 11.384,81 euro di contributo riconosciuto alla Federazione Internazionale Humana People to People nel 2024 per il coordinamento dei suoi membri.

\*\*Il calcolo relativo alle stime delle emissioni e del consumo evitati sono descritti nel paragrafo 3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana



## Vision

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

## Mission

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



## Manifesto

Il futuro è aperto e un mondo più giusto è possibile. Ma il motore del cambiamento non saranno le parole e i proclami. Per questo il nostro impegno non ha a che fare con le ideologie. Occorre avanzare passo dopo passo con **piccoli gesti concreti**, che sommati e integrati tra di loro possono creare un **enorme effetto**.

Siamo in grado di trasformare il mondo:

🌱 quando apprendiamo **nuove tecniche** per **produrre alimenti** nel nostro villaggio 🤝 quando ci **auto-organizziamo** con la nostra comunità per sconfiggere un'epidemia 📖 quando **studiamo** e ci formiamo con l'intenzione di creare sviluppo nel nostro paese 🧥 quando **doniamo un vestito o altre risorse** interrogandoci su come verranno utilizzati 🏢 quando lavoriamo con **professionalità** ed **efficienza** nell'economia sociale ☁️ quando piantiamo un albero e lo adottiamo.

Solo unendoci riusciremo a superare la fame, l'ingiustizia, la solitudine sociale degli anziani, l'emarginazione economica dei giovani, i disastri ambientali, i modelli di sviluppo insostenibili, le epidemie, il razzismo, la guerra e l'ignoranza. Ma perché questo accada, nei momenti di crisi e difficoltà non dobbiamo rifugiarci nell'egoismo e nell'indifferenza.

Al contrario, dobbiamo aprire gli occhi e il cuore e **moltiplicare la nostra solidarietà** verso la comunità dove viviamo e verso ogni essere umano. Ogni essere umano, grazie al sostegno della sua comunità, ha la possibilità di diventare protagonista ed artefice del proprio destino. Ma **Reciprocità, Comunità, Solidarietà e Armonia con l'Ecosistema devono tornare a essere concetti autentici, potenti e vivi. L'unica Economia Circolare** che ci interessa è capace di includere e reintegrare non solo le cose ma anche le persone. **L'unico Non profit** che ci interessa non è strumento della cattiva politica e non commercia con la buona fede delle persone. **L'unica Solidarietà** che ci interessa è un'impresa spalla a spalla tra pari e non fa distinzioni razziste o di classe tra gli esseri umani. L'Umanismo Solidale deve diventare anima e baricentro della vita economica e sociale.

VISION, MISSION E VALORI

(GRI 2-23)

Humana **crede nelle persone** e nella loro capacità di generare cambiamenti positivi per sé stesse e per le società in cui vivono. La forza di ciascun individuo, se unita a quella degli altri, ha un **potenziale unico** per raggiungere **obiettivi comuni**. Il nostro lavoro è caratterizzato da:

|                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Trasparenza</b></p> <p>Principio fondante di gestione, garantita anche da verifiche di enti terzi e indipendenti</p>                                    | <p><b>Concretezza</b></p> <p>Impegno costante perché le attività che realizziamo abbiano sempre un impatto tangibile sulla vita delle persone</p> |
| <p><b>Etica</b></p> <p>Rispetto delle culture, opinioni e usanze delle comunità coinvolte</p>                                                                 | <p><b>Capacity Building</b></p> <p>Cooperazione basata sulla creazione delle condizioni di sviluppo, condivisione, inclusione e autonomia</p>     |
| <p><b>Coinvolgimento attivo</b></p> <p>Promozione della partecipazione attiva e della responsabilizzazione diretta delle persone nei processi di sviluppo</p> |                                                                                                                                                   |

Federazione Internazionale People to People

Humana Italia è una delle 31 Organizzazioni facenti parte della Federazione Internazionale Humana People to People, attiva in 46 Paesi del mondo. La sede legale si trova a Ginevra, quella operativa in Zimbabwe. L'appartenenza a una rete consente:

|                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Trasparenza</b></p> <p>Nella gestione dei fondi e del flusso degli abiti, siano questi destinati a clienti al dettaglio e all'ingrosso o spediti direttamente in Africa</p> | <p><b>Efficienza</b></p> <p>Nella gestione dei costi e delle risorse economiche</p> |
| <p><b>Efficacia</b></p> <p>Nell'implementazione dei progetti, nella condivisione di best practice e nella capacità di rispondere alle specifiche esigenze locali</p>              |                                                                                     |

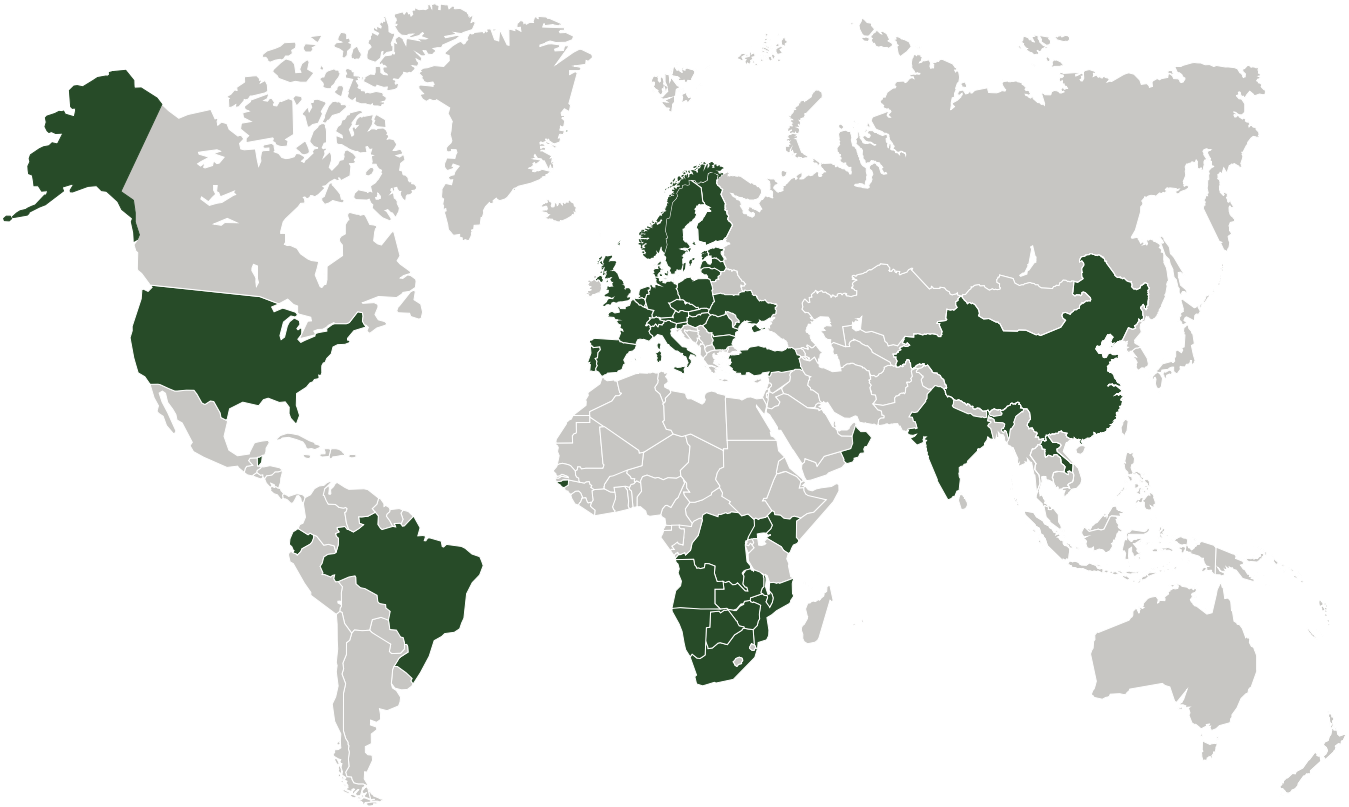


Figura 1 La Federazione Internazionale Humana People to People



LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

(GRI 2-1; 2-1c; 2-9; 2-12; 2-28)

Humana in Italia opera con due enti che cooperano e condividono valori, mission e vision. Questi sono Humana People to People Italia onlus e Humana People to People Italia Società Cooperativa a Responsabilità Limitata (scarl). Entrambi hanno sede a Pregnana Milanese (si veda pag. 154). La sinergia con cui operano dal 1998, ha lo scopo di destinare sempre più risorse ai progetti realizzati nel mondo e in Italia.

Humana onlus

Attività statutarie

Le attività statutarie dell’Associazione rientrano tra quelle previste dall’art. 5 del D.lgs. 117/2017, in particolare: lett. d) educazione, istruzione e formazione professionale; lett. e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento dell’ambiente; lett. i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui all’articolo citato; lett. n): cooperazione allo sviluppo.

Tali attività costituiscono l’oggetto sociale prevalente dell’Organizzazione e sono coerenti con le finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale definite dallo statuto. Risulta invece attività secondaria l’intervento in caso di emergenze o catastrofi. Ad esclusione di questo aspetto, le attività previste dallo statuto sono state tutte attivate e la loro realizzazione è stata possibile anche grazie ai proventi derivanti dalla raccolta dei vestiti usati condotta in collaborazione con Humana scarl e dalle partnership con enti e istituzioni.

Sistema di governo

Gli organi di governo dell’Associazione sono:  
a) l’**Assemblea dei Soci**: gli 8 membri esprimono le proprie volontà, secondo il principio

A tal fine, i due enti si sono dotati di una **struttura efficace e sostenibile**. La **gestione operativa** dell’intera Organizzazione è affidata alla **Direzione**, composta dalla Vicepresidente di Humana coop, dal CFO&Legal Manager, dal Direttore Italia della Raccolta Abiti, dal Retail Director e dall’HR Manager, che si riunisce settimanalmente per **discutere le scelte strategiche** (in linea con quanto indicato dai CdA) anche su temi economici, ambientali e sociali, nonché i risultati raggiunti dall’intera Organizzazione.

maggioritario o quorum costitutivi e deliberativi, con apposite delibere, in sede ordinaria o straordinaria. Nel 2024 tutti i soci si sono riuniti una volta per l’approvazione del Bilancio di Esercizio e della Relazione di Mission;  
b) il **Consiglio di Amministrazione**: dà attuazione alle decisioni assunte dall’Assemblea nel corso delle sue deliberazioni, gestisce l’Associazione perseguendo lo scopo sociale. Al 31/12/24 era composto da 3 membri (si veda tabella a pag. 43). Gli argomenti trattati dal CdA nelle 4 riunioni del 2024 (tenutesi all’unanimità ad eccezione della seduta del 22 aprile in cui si è assentato 1 membro) hanno riguardato la valutazione degli aspetti economico-finanziari, l’approvazione della bozza del bilancio di esercizio da sottoporre all’Assemblea dei Soci, l’approvazione delle proposte di donazione a sostegno dei progetti di sviluppo in accordo con le esigenze manifestate dalle Organizzazioni consorelle. Le riunioni sono state inoltre occasione per discutere della collaborazione con Humana scarl, della valutazione, pianificazione e gestione dell’attività degli Uffici Cooperazione Internazionale, Attivismo Climatico, CSR, Comunicazione e Marketing e della destinazione dei fondi derivati dal 5 per Mille. Sono stati inoltre valutati gli sviluppi delle disposizioni del Codice del Terzo Settore, con specifico riferimento alle disposizioni sulla fiscalità e relativo parere da parte della Commissione Europea. In ciascuna occasione,



il CdA ha effettuato una verifica dei risultati dei reparti operativi;  
c) il **Revisore dei Conti**: in un’ottica di trasparenza, l’Associazione ha deciso, già dal 2015, di sottoporre il proprio bilancio di esercizio a revisione contabile su base volontaria. Per Humana onlus, l’incarico è attualmente svolto dal Revisore Unico Ria Grant Thornton SpA;  
d) l’**Organo di Controllo** ai sensi dell’art. 30 D. Lgs. 117/2017: in un’ottica di progressivo avvicinamento alle disposizioni contenute

nel Decreto e ritenendo altresì che il sistema di amministrazione e controllo degli ETS sia un elemento cruciale di trasparenza e garanzia per tutti gli stakeholder coinvolti, Humana onlus ha nominato già dal 2023 un Organo di Controllo individuato nella figura del dott. Angelo Passeri.  
  
Si segnala che nel corso del 2024 non si sono verificati contenziosi o controversie rilevanti ai fini della presente rendicontazione

Consiglio d’Amministrazione al 31.12.2024

| Membro            | Carica          | Inizio mandato | Fine mandato                                                  |
|-------------------|-----------------|----------------|---------------------------------------------------------------|
| Ulla Carina Bolin | Presidente      | Dicembre 2001  | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2027 |
| Elisabeth Molnar  | Vice presidente | Dicembre 2001  | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2027 |
| Benedetta Cella   | Consigliere     | Maggio 2019    | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2027 |

Nell’ambito dello svolgimento della propria carica, solo la presidente del CdA riceve un compenso, pari a 7.000 euro lordi annui. Nel 2024, i rimborsi spese complessivamente riconosciuti ai membri del CdA ammontavano a 439,13 euro per viaggi di missione.

Operatività

L'Associazione svolge le proprie attività attraverso: l'Ufficio Cooperazione Internazionale impegnato nella progettazione e ricerca di fondi, l'Ufficio Attivismo Climatico a cui è affidata la gestione degli Orti 3C (si veda pag. 135), gli incontri di sensibilizzazione e formazione offerti alle scuole, la piantumazione e la promozione dei temi della tutela ambientale. Le attività di Comunicazione, Marketing e CSR sono condotte in collaborazione con Humana scarl.

Network

L'Associazione, oltre a essere membro della Federazione Internazionale, **aderisce ad altre Organizzazioni attive in ambiti coerenti con la propria mission.** In particolare, Humana onlus:

- ↳ dal 2020 è accreditata presso **AICS** (Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo);
- ↳ è membro di **AISEC** (Associazione Italiana per lo Sviluppo dell'Economia Circolare);
- ↳ aderisce a **Rete ONU** (Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato) che rappresenta oltre 13.000 operatori del settore del riutilizzo e della preparazione per il riutilizzo;
- ↳ è socia di **AOI** (Cooperazione e Solidarietà Internazionale);
- ↳ aderisce ad **ASviS** (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile).



**Humana scarl**

Attività statutarie

Le attività statutarie della Cooperativa prevedono la raccolta, avvio al recupero (con particolare attenzione al riutilizzo e riciclo) e vendita di indumenti usati al fine di sostenere interventi socio-ambientali nel mondo e in Italia; l'apertura di punti vendita temporanei o permanenti anche al dettaglio dei beni oggetto del recupero; l'autotrasporto di cose per conto terzi; il sostegno anche economico a programmi umanitari; l'attività di promozione e sensibilizzazione sulla tutela dell'ambiente e l'educazione alla cittadinanza globale. Tali attività, condotte in collaborazione con Humana onlus e altre Organizzazioni, costituiscono l'oggetto sociale prevalente, sono coerenti con le finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale definite dallo statuto e sono state tutte svolte.

Sistema di governo

Humana coop adotta il tradizionale sistema di governance italiano che prevede:

a) l'**Assemblea dei Soci**: con le sue deliberazioni, esprime la volontà dei soci.

Al 31/12 era composta da 8 membri, 7 dei quali si sono riuniti 1 volta per l'approvazione del Bilancio d'esercizio;

b) il **Consiglio di Amministrazione**: gestisce il perseguimento dello scopo sociale e supervisiona l'attuazione delle linee strategiche da parte del management. Al 31.12.2024 era composto da 5 membri (si veda tabella a pag. 46).

Nel 2024, le riunioni del CdA sono state 8 a cui hanno partecipato tutti i membri. I principali temi trattati hanno riguardato la parte economico finanziaria; l'approvazione della bozza del bilancio di esercizio da sottoporre all'Assemblea dei soci, dei budget e degli investimenti necessari all'operatività della cooperativa; l'aggiornamento sull'andamento delle attività rispetto a quanto pianificato, al fine di mantenere fede all'impegno per le donazioni stabilite per l'anno a sostegno dei progetti di sviluppo nel mondo e in Italia, in collaborazione con Humana onlus.

Sono stati trattati, inoltre, il piano strategico di comunicazione, le attività nelle scuole, i progetti del reparto Attivismo Climatico, le iniziative di CSR e partnership, l'organizzazione di eventi, l'apertura di punti vendita e il sostegno al programma di volontariato internazionale avviato nel 2024

(si veda pag. 146). Particolare attenzione è infine stata posta alla situazione del mercato tessile in Europa e in Italia, anche alla luce degli attesi sviluppi della normativa sull'EPR – Responsabilità Estesa del Produttore (si veda pag. 92);

c) **Revisore dei Conti**: vigila sul rispetto della legge e dello statuto e controlla la gestione economica. Per Humana coop nel 2024 l'incarico è stato svolto dal Revisore Unico Ria Grant Thornton SpA.

Si segnala che nel corso del 2024 non si sono verificati contenziosi o controversie giuridiche.

Consiglio d’Amministrazione al 31.12.2024

| Membro                         | Carica               | Inizio mandato | Fine mandato                                                  |
|--------------------------------|----------------------|----------------|---------------------------------------------------------------|
| Kare Sven Dahne                | Presidente           | Agosto 2005    | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2024 |
| Ulla Carina Bolin              | Vice presidente e AD | Novembre 1998  | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2024 |
| Karin Margareta Wallin         | Consigliere          | Maggio 2023    | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2024 |
| Steen Langdal Conradsen        | Consigliere          | Maggio 2023    | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2024 |
| Francisco Manuel Aranda Conejo | Consigliere          | Maggio 2023    | Fino all’approvazione del bilancio di esercizio al 31.12.2024 |

Nell’ambito dello svolgimento delle proprie cariche, il presidente ha percepito un compenso complessivo di 750 euro lordi mensili mentre la Vicepresidente, in funzione del suo ruolo operativo, ha ricevuto un compenso complessivo lordo di 5.800 euro mensili. A loro e ai consiglieri è riconosciuto un rimborso spese per i viaggi e le spese telefoniche, che nel 2024 era pari a 4.389,10 euro.

Operatività

Humana scarl al 31/12/2024 era attiva sul territorio italiano con:

↪ **6 filiali operative** nelle province di Milano, Brescia, Genova, Rovigo, Torino, Teramo deputate alla raccolta e avvio a recupero degli abiti;

↪ **1 Centro di smistamento degli abiti** ubicato a Pregnana Milanese (MI);

↪ **18 negozi** nelle città di Bologna, Firenze, Genova, Milano, Roma, Torino e Verona e 1 negozio online.

↪ presso la sede legale sono presenti gli uffici: Amministrazione, Comunicazione e Marketing, CSR, Risorse Umane, Legale, Vendite, Ambiente, Attivismo Climatico e scuole, Certificazioni.

Network

Anche Humana cooperativa è **membro attivo di alcuni enti e organismi** all’interno dei quali lavora per proporre le istanze relative alla trasparenza della filiera di raccolta indumenti, alla certezza nella donazione e alla valorizzazione delle pratiche del riutilizzo e del recupero. In particolare, Humana scarl:

↪ dal 2017 appartiene ad **Assorecuperi** (Associazione nazionale delle imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti);

↪ partecipa alle iniziative di **EURIC** (European Recycling Industries’ Confederation), l’Organizzazione ombrello per le industrie europee del riciclo, grazie alla delega con cui la Vicepresidente di Humana Italia, Ulla Carina Bolin, rappresenta Rete ONU e Assorecuperi;

↪ aderisce a **Rete ONU** (Rete Nazionale degli Operatori dell’Usato), insieme a Humana onlus;

↪ fa parte di **ICESP** (Italian Circular Economy Stakeholder Platform) che coinvolge gli attori italiani dell’economia circolare come istituzioni, pubbliche amministrazioni, enti di ricerca, aziende, associazioni, realtà del terzo settore e cittadini impegnati a creare

un punto di convergenza nazionale sulle iniziative, le esperienze, le criticità, le prospettive e le aspettative dell’economia circolare che il nostro Paese vuole e può rappresentare in Europa con un’unica voce;

↪ è membro di **UNIRAU** (Unione Imprese Raccolta Riuso e Riciclo Abbigliamento Usato).



LEGALITÀ E TRASPARENZA NELL’ORGANIZZAZIONE (GRI 2-23; 2-27; 205-3)

La scelta di porre legalità e trasparenza alla base di ogni attività condotta da Humana Italia trascende l’attività di compliance, ossia il rispetto della normativa in materia sia socio-ambientale sia economica, tramite l’adozione volontaria di politiche e presidi specifici, tra cui:

↪ il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo** (si veda box a pag. 48);

↪ i dati riportati all’interno del **Bilancio di Sostenibilità**;

↪ la **Politica per la Qualità e per l’Ambiente**;

↪ le **Certificazioni** per la Qualità **ISO 9001** e per i Sistemi di Gestione Ambientale **ISO 14001**.

Il settore della raccolta e avvio a recupero degli abiti è stato più volte coinvolto in scandali legati al mancato rispetto delle normative sulla gestione. Per questo motivo, Humana è fortemente impegnata a promuovere i temi della **legalità, della trasparenza e della prevenzione della corruzione**, sfruttando ogni occasione di confronto pubblico per portare all’attenzione dei propri interlocutori il funzionamento dell’intera filiera.

A conferma della correttezza del suo operato, nel corso del 2024 Humana Italia non ha ricevuto sanzioni monetarie né multe per il mancato rispetto di leggi o regolamenti in ambito socio-economico e ambientale e non è stata coinvolta in casi di corruzione.

MODELLO ORGANIZZATIVO E CODICE ETICO  
(GRI 2-23; 2-26; 205-1)

Dal 2015 Humana Italia ha scelto di adottare il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo** (MOG), ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001, noto come “Modello 231”, di cui è parte integrante il Codice Etico e di Condotta, che disciplina diritti, doveri, responsabilità e regole sociali e morali cui tutti i membri di Humana devono attenersi nello svolgimento del proprio lavoro e a cui viene chiesto di uniformarsi anche agli stakeholders.

Il Modello Organizzativo è in fase costante di monitoraggio e aggiornamento (ultima delibera di modifica del Consiglio di Amministrazione del 14/12/2023). I principi e le regole contenute nel MOG sono condivise da Humana onlus, al fine di prevenire comportamenti scorretti, immorali o illeciti e favorire all'interno dell'Organizzazione condotte operative ispirate a principi di efficienza, trasparenza e liceità. Il Modello 231 si sostanzia in un insieme di protocolli e procedure che delineano la corretta struttura e gestione dei processi sensibili di Humana, rappresentati principalmente dall'impatto ambientale della filiera degli abiti usati, la gestione delle risorse finanziarie, la partecipazione a gare e bandi pubblici e la tutela della salute e igiene sul posto di lavoro. A vigilare sul rispetto delle procedure delineate dal MOG e sulla loro adeguatezza è l'Organismo di Vigilanza (OdV), i cui membri sono altamente qualificati nei rispettivi ambiti di competenza: ambientale, societario, pubblico amministrativo, legale e finanziario.

Humana ha anche adottato un canale whistleblowing tramite il quale dipendenti, collaboratori e soggetti che intrattengono rapporti con essa a qualsiasi titolo, possono segnalare, anche in forma anonima, la commissione o tentata commissione di uno dei reati previsti nel Modello Organizzativo, ovvero la violazione o l'elusione fraudolenta dei principi e delle prescrizioni in esso indicate e/o dei valori Etici e delle regole comportamentali contenute nel Codice Etico.

L'eventuale violazione delle procedure comporta sanzioni disciplinari da parte dell'Organizzazione.

Organismo di Vigilanza al 31.12.2024

| Membro           | Carica                        |
|------------------|-------------------------------|
| Benedetta Cella  | Presidente/<br>Membro esterno |
| Antonella Licata | Membro esterno                |
| Enrico Ribet     | Membro interno                |

odv@humanaitalia.org

Per approfondimenti

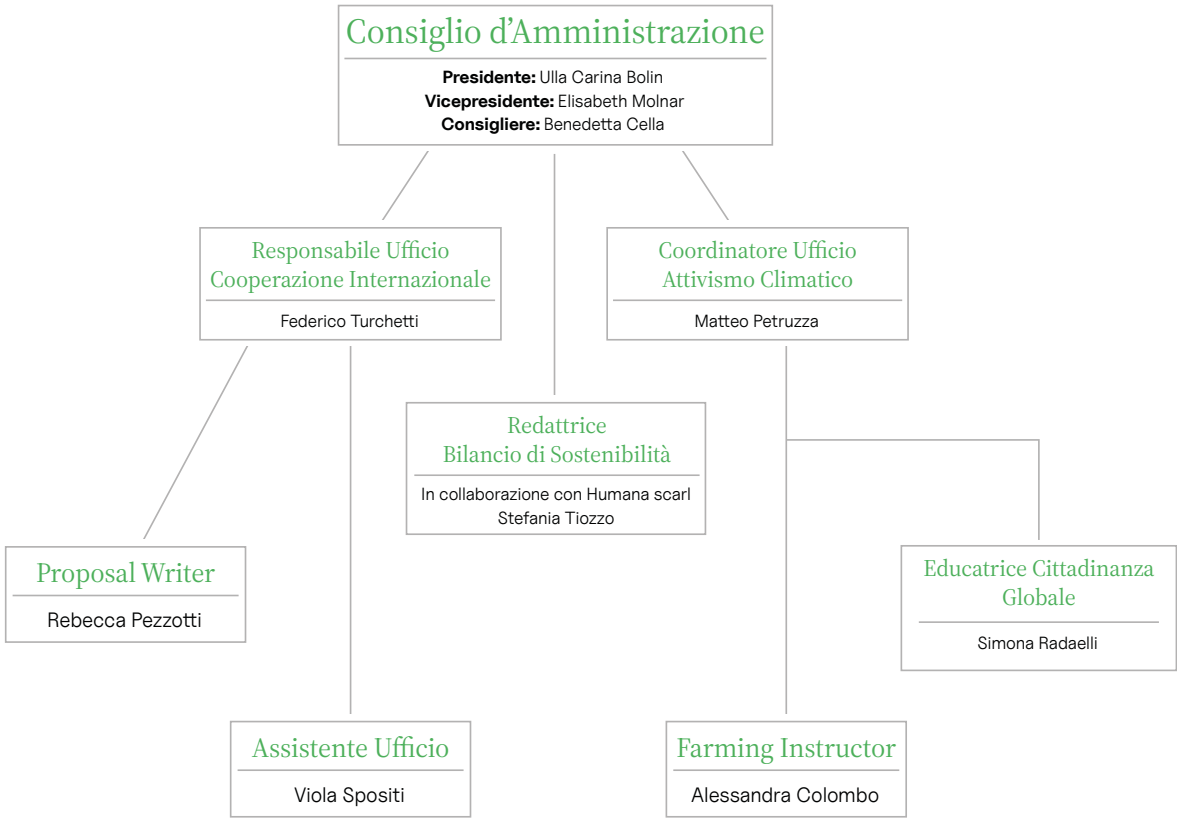


Modello Organizzativo



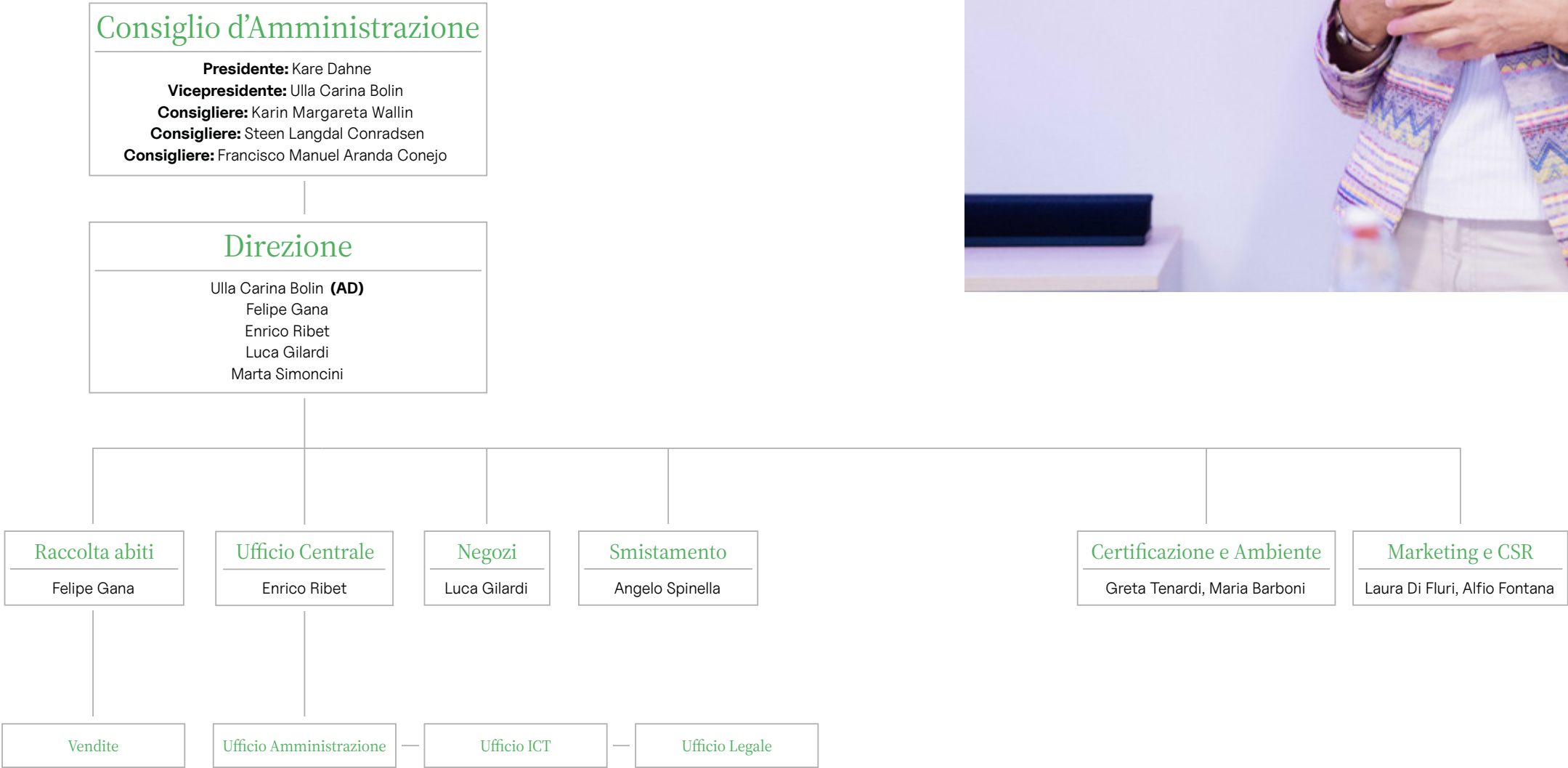
Codice Etico

**Figura 2** Organigramma  
Humana People to People Italia onlus  
aggiornato al 31.12.2024  
Segnaliamo la possibilità di variazione  
dei nominativi indicati



*Dobbiamo aprire gli occhi e il cuore  
e moltiplicare la nostra solidarietà verso  
la comunità dove viviamo e verso ogni  
essere umano*

**Figura 3** Organigramma Humana People to People Italia SCARL aggiornato al 31.12.2024  
Segnaliamo la possibilità di variazione dei nominativi indicati



1.2

## Le performance economiche

Per realizzare in modo efficace la propria mission e continuare a sostenere progetti sociali e ambientali in Italia e nel mondo, Humana fa affidamento su risorse economiche solide e continuative. Questo obiettivo è perseguito grazie al sistema integrato di raccolta e selezione degli indumenti usati, alla loro successiva commercializzazione – sia all'ingrosso che attraverso la rete retail dell'Organizzazione – e al contributo fondamentale delle partnership sviluppate nel tempo, nonché al sostegno di istituzioni e cittadini.

Nel corso degli anni Humana ha costruito una struttura resiliente e coerente che, a quasi cinquant'anni dall'inizio delle attività internazionali, continua a dimostrarsi efficace.

Il tratto distintivo di questo modello è rappresentato dalla **sinergia tra Humana People to People Italia scarl e Humana People to People Italia onlus**: due realtà che operano in modo integrato per massimizzare il supporto a progetti di sviluppo sociale e generare valore su scala globale. Grazie a questa impostazione integrata, l'Organizzazione è in grado di raggiungere gli obiettivi della propria mission e amplificare l'impatto positivo prodotto a beneficio di molteplici stakeholder a livello globale.

### IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA scarl

(GRI 2-6; 201-1)

Il 2024 si è rivelato un anno positivo per Humana, nonostante il persistere di fattori geopolitici critici, come i conflitti in Ucraina e Medio Oriente, e il rallentamento del mercato africano, ancora condizionato dall'immissione massiva di abbigliamento a bassissimo costo proveniente dalla Cina. Questi elementi hanno influito sul contesto economico generale e sulla domanda di abbigliamento usato, ma non hanno impedito il raggiungimento di risultati soddisfacenti.

Humana ha infatti chiuso l'esercizio con un **marginale operativo** (ante imposte e donazioni) pari a **431.248 euro** e ha potuto **destinare 165.000 euro** a Humana People to People Italia onlus per sostenere progetti sociali nel mondo. Il valore della produzione ha continuato a crescere, raggiungendo i **21.905.361 euro**, con un **incremento del 6%** rispetto al 2023.

Nel corso del 2024, il reparto raccolta dei vestiti usati ha registrato un andamento molto regolare in termini produttivi per quasi tutte le filiali, raggiungendo un record storico di raccolta dai contenitori pari a **27.145 tonnellate**, con un incremento del **15,3%** rispetto all'anno precedente e un superamento del budget del 2%.

Questo risultato è stato reso possibile anche grazie all'efficienza della logistica, al miglioramento delle performance gestionali e al pieno raggiungimento degli obiettivi da parte di alcune filiali, in particolare quelle di Milano e Brescia.

Nonostante ciò, il contesto di mercato ha continuato a presentare elementi di instabilità, con un calo generalizzato dei prezzi post-consumo che si è riflesso negativamente sul livello di vendita.

Il reparto ha così chiuso l'anno con una redditività inferiore rispetto al 2023, registrando una **flessione del 30%**.

Come sempre, il servizio di raccolta di abiti usati viene svolto in collaborazione con Humana People to People Italia onlus, contribuendo così agli scopi della mission.

A fine 2024, il numero complessivo di contenitori presenti sul territorio nazionale è stato pari a **5.882 unità**, con un incremento di **316 contenitori** (+5,6%) rispetto all'anno precedente, a servizio di **1.492 Comuni** dislocati in **38 province di 8 regioni italiane**.

Il 2024 ha rappresentato un anno intenso per il Centro di Smistamento di Pregnana Milanese, con attività mirate al miglioramento dei processi produttivi e alla formazione del personale, in particolare dei nuovi assunti.

Sono stati ottimizzati i flussi dei materiali, la movimentazione tramite il sistema semi-automatico e la lavorazione ai tavoli di selezione, in connessione con i sistemi informatici aziendali.

Le azioni intraprese hanno portato a un **incremento della produttività del 20%** rispetto al 2023, accompagnato da un rafforzamento dell'aspetto qualitativo, grazie alla presenza di sorter specializzati e chief sorter dedicati per ciascuna linea di prodotto.

Infine, in vista dell'emanazione delle nuove normative nazionali sull'EPR (Responsabilità Estesa del Produttore), nel corso del 2024 sono stati avviati accordi con partner per realizzare test innovativi nell'ambito della preparazione al riciclo.

La **catena retail** di Humana ha continuato a crescere anche nel 2024, confermando ottimi risultati sia in termini di visibilità sul territorio che di redditività. Al 31 dicembre 2024 contava **18 negozi** fisici attivi nelle principali città italiane, capoluoghi di provincia, oltre a un negozio online.

L'anno è stato caratterizzato da andamenti altalenanti nei risultati, soprattutto nel primo trimestre, che non ha replicato le performance dello stesso periodo del 2023. Nonostante ciò, il comparto retail ha chiuso il 2024 con un **risultato economico positivo**, contribuendo in modo significativo alle attività dell'Organizzazione.

Nel corso dell'anno sono stati aperti due nuovi negozi con insegna **Humana Vintage** a Milano (viale Monza) e Roma (via della Scala), che hanno performato bene e introdotto un concept innovativo, con arredi d'epoca arricchiti da elementi in plastica 100% riciclata.

È stato inoltre completamente rinnovato il negozio di Torino, prima denominato Humana Second Hand e ora **Humana People** come gli altri negozi con proposta commerciale family, contraddistinti da un concept unico, inclusivo

e alternativo alle catene del nuovo. I negozi sono pensati per soddisfare le esigenze di tutte le età e promuovere il rispetto per l’ambiente e il sostegno ai progetti sociali.

Il 2024 si è chiuso con un risultato positivo sotto il profilo economico, nonostante le complessità legate al contesto geopolitico e alle dinamiche di mercato che hanno influenzato il settore dell’abbigliamento usato.

La gestione della Cooperativa si è dimostrata solida e reattiva, consentendo di mantenere una situazione finanziaria equilibrata e affidabile, riconosciuta anche dal sistema creditizio attraverso un rating bancario elevato.

Tale solidità ha permesso non solo di raggiungere gli obiettivi economici previsti, ma anche di continuare a sostenere con coerenza la missione sociale dell’Organizzazione.

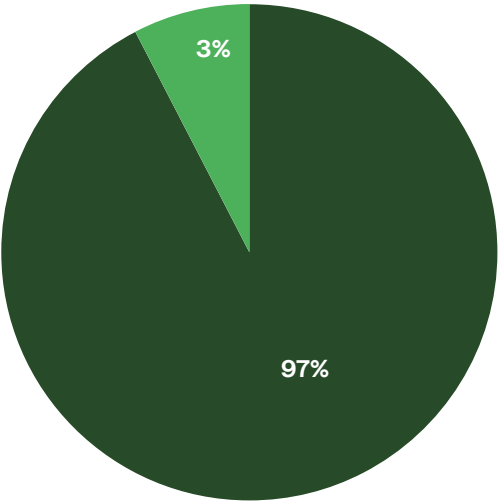
In particolare, è stato possibile destinare un contributo di **165.000 euro a Humana onlus**, garantendo il sostegno ai progetti di sviluppo ambientale e sociale promossi in Italia e nel mondo. Tale importo risulta significativamente ridotto rispetto al 2023 per le ragioni indicate sopra e riferite alla contrazione dei prezzi di vendita nel mercato del tessile usato e alla destabilizzazione causata dai conflitti internazionali.

| Tabella 1 Valore economico direttamente generato e distribuito da Humana scarl (valori in euro) | 2022       | 2023       | 2024       | var.<br>2023-2024 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|-------------------|
| Valore economico generato                                                                       | 17.506.669 | 20.848.920 | 22.075.967 | 5,9%              |
| Valore economico distribuito                                                                    | 16.177.452 | 19.864.345 | 21.428.463 | 7,9%              |
| Costi operativi                                                                                 | 8.252.435  | 9.424.826  | 10.340.532 | 9,7%              |
| Remunerazione del personale                                                                     | 7.478.322  | 8.644.888  | 10.540.426 | 21,9%             |
| Oneri finanziari                                                                                | 78.760     | 90.159     | 95.795     | 6,3%              |
| Imposte                                                                                         | 367.935    | 572.260    | 283.310    | -50,5%            |
| Donazioni in denaro a favore di Humana onlus per il sostegno ai progetti nel mondo              | 501.000    | 1.130.000  | 165.000    | -85,4%            |
| Donazioni in denaro a favore di altri enti non profit                                           | -          | 2.211      | 3.400      | 53,8%             |
| Valore economico trattenuto                                                                     | 1.329.217  | 984.575    | 647.504    | -34,2%            |
| Ammortamenti e svalutazioni                                                                     | 453.014    | 582.047    | 633.296    | 8,8%              |
| Utile d’esercizio                                                                               | 876.203    | 402.528    | 14.208     | -96,5%            |

Figura 4 Valore economico generato da Humana scarl nel 2024

valore economico trattenuto  
valore economico distribuito

22,1  
milioni di euro



Perché si calcola il valore economico generato e distribuito?

L'indicatore del **valore economico generato e distribuito** è uno dei GRI Standards che offre una misura della ricchezza generata da un'organizzazione grazie al proprio core business (valore economico generato) e una rappresentazione di come questa venga redistribuita ai diversi stakeholder con i quali l'organizzazione si rapporta (valore economico distribuito). Il valore economico distribuito rappresenta quindi l'entità delle risorse che l'organizzazione destina ai propri fornitori, ai collaboratori, agli azionisti, alle Amministrazioni Pubbliche,

alla collettività e all'ambiente: la rendicontazione di tale valore è dunque per noi un elemento fondamentale di trasparenza. Nel caso di Humana Italia, l'indicatore viene calcolato sia per la Cooperativa, sia per la onlus. Per Humana scarl il valore generato è rappresentato principalmente dai ricavi derivanti dalla vendita degli abiti usati, mentre per la onlus deriva dalla valorizzazione degli abiti donati alle consorelle in Africa, dalle attività sviluppate con istituzioni, aziende e cittadini e dalla donazione ricevuta dalla Cooperativa derivante dalla vendita dei vestiti in Italia e in Europa.

IL VALORE ECONOMICO GENERATO  
E DISTRIBUITO DA HUMANA ITALIA onlus  
(GRI 201-1)

Il valore economico direttamente generato da Humana onlus nel 2024 ha raggiunto **1.713.215 euro**, segnando una diminuzione del **25,6%** rispetto all’anno precedente. Questo risultato riflette un assestamento fisiologico dopo il forte incremento del 2023 (+50,6%) legato alla ripresa post-Covid, e conferma comunque la capacità

dell’Organizzazione di sostenere le proprie attività grazie alla valorizzazione degli abiti e al contributo delle donazioni di Humana scarl.

Del valore generato nel 2024, solo l’1,9% è stato trattenuto dall’Associazione e destinato a riserve, mentre il restante **98,1% è stato distribuito agli stakeholder** e in particolar modo utilizzato per la realizzazione e il sostegno di progetti sociali in **Italia e nel mondo**, in linea con la mission istituzionale.



| Tabella 2 Valore economico direttamente generato e distribuito da Humana onlus (valori in euro) | var.      |           |           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                                                                                 | 2022      | 2023      | 2024      | 2023-2024 |
| Valore economico generato                                                                       | 1.528.748 | 2.301.664 | 1.713.215 | -25,6%    |
| Valore economico distribuito                                                                    | 1.523.709 | 2.269.033 | 1.681.026 | -25,9%    |
| Costi operativi*                                                                                | 180.479   | 148.565   | 203.891   | 37,2%     |
| Remunerazione personale*                                                                        | 178.113   | 226.190   | 247.761   | 9,5%      |
| Oneri finanziari                                                                                | 2.485     | 2.361     | 2.897     | 22,7%     |
| Comunità e progetti sociali nel mondo                                                           | 1.162.632 | 1.891.917 | 1.226.477 | -35,2%    |
| Valore economico trattenuto                                                                     | 5.039     | 32.630    | 32.189    | -1,4%     |

\*Le due voci includono i costi sostenuti per i progetti realizzati in Italia, descritti nel capitolo 5, per i quali hanno contribuito i partner elencati a pag. 138)

Nel 2024 il **contributo** di **1.226.477 euro** destinato ai progetti nel mondo è derivato:

- ↳ per il 56,6% dalle **attività sviluppate con istituzioni, aziende e cittadini** e dalla donazione ricevuta dalla Cooperativa grazie alla **vendita dei vestiti in Italia e in Europa**;
- ↳ per il 43,4% dalla **valorizzazione economica dei vestiti donati** alle Associazioni consorelle di Humana attive **in Africa**, membri della Federazione Internazionale.

G4 DMA Resource Allocation, Former NGO-7

| Tabella 3 Il contributo di Humana People to People Italia onlus ai progetti nel mondo suddiviso per provenienza | 2023      |       | 2024      |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|
|                                                                                                                 |           | %     |           | %     |
| Contributi derivanti dalla raccolta fondi*                                                                      | 1.352.329 | 71,5% | 693.643   | 56,6% |
| Valorizzazione in Africa dei vestiti donati                                                                     | 539.588   | 28,5% | 532.834   | 43,4% |
| TOTALE                                                                                                          | 1.891.917 | 100%  | 1.226.477 | 100%  |

\*per praticità si utilizza l’espressione “raccolta fondi” per riferirsi alle attività sviluppate con istituzioni, aziende e cittadini e alla donazione ricevuta dalla Cooperativa derivante dalla vendita dei vestiti in Italia e in Europa.

Humana monitora costantemente i dati economici e produttivi, in modo da mantenere un quadro d’insieme sempre aggiornato sui risultati e poter adottare con tempestività azioni correttive qualora necessario.

I bilanci di Humana (scarl e onlus) sono certificati con controlli di coerenza esterna dalla Società di revisione Ria Grant Thornton SpA e resi disponibili sul sito istituzionale ([www.humanaitalia.org](http://www.humanaitalia.org)) e sul sito dedicato alla raccolta dei vestiti (<http://raccoltavestiti.humanaitalia.org>).

Dal 2018, le modalità di controllo e verifica del bilancio della scarl sono state ulteriormente ampie

e rafforzate in seguito all’entrata in vigore dell’obbligatorietà della revisione del collegio sindacale, garantito dal “revisore unico” Ria Grant Thornton SpA, con ulteriori controlli periodici, come previsto dal Codice Civile.

L’attività economica di tutte le consorelle, ed ogni progetto finanziato, sono sottoposti ad audit da parte di revisori esterni.

2

LA CRESITA E  
VALORIZZAZIONE  
DELLE PERSONE  
NOSTRA  
SQUADRA



2.1

I collaboratori  
di Humana Italia

(GRI 2-7; 2-30; 401-1)

Humana Italia è guidata dallo spirito "people to people", consapevole che la forza, competenza e conoscenza dei singoli confluiscono e si arricchiscono in una squadra affiatata, che agisce come fattore moltiplicativo. Solo **lavorando insieme** si possono raggiungere i migliori risultati: il benessere e la crescita dello staff dell’Organizzazione sono dunque fondamentali per il perseguimento della missione sociale ed ambientale.

Per questo motivo Humana si impegna a valorizzare le proprie risorse umane garantendo formazione, sicurezza e ascolto.

Le sedi al 31.12.2024

- ↳ Sede Pregnana Milanese:
- sede legale con servizi generali
- Centro di smistamento degli abiti
- sede logistica del servizio di raccolta abiti
- ↳ Sedi logistiche per la raccolta degli abiti in provincia di Torino, Genova, Brescia, Rovigo e Teramo
- ↳ 18 Negozi Humana Vintage e Humana People (Bologna, Firenze, Genova, Milano, Roma, Torino, Verona)

Figura 1.

I collaboratori di Humana al 31.12

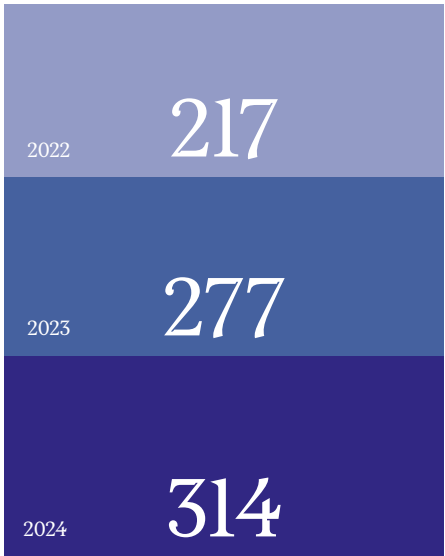
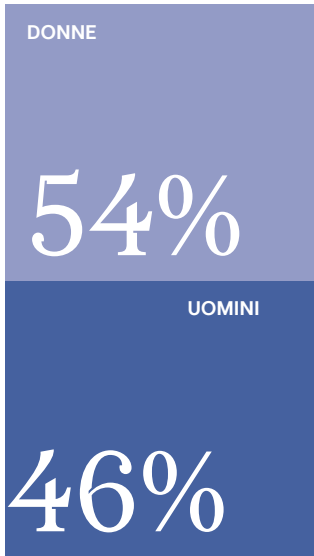


Figura 2.

Dipendenti al 31.12.2024 per genere



307

collaboratori Humana scarl

7

collaboratori Humana onlus

28

Nazionalità diverse

Figura 3.

Assunzioni e Cessazioni nel 2024 per fascia d'età



Al 31 dicembre 2024, **il personale complessivo di Humana contava 314 collaboratori (+13,4% rispetto al 2023)**, confermando una tendenza positiva e in continua crescita. Tutti i collaboratori sono coperti dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL) del Terziario e Commercio.

Nel 2024, sono stati **assunti 173** nuovi collaboratori, rispetto ai 138 del 2023, confermando così una chiara politica di espansione da parte dell'Organizzazione: la maggior parte di queste nuove assunzioni è stata destinata ai reparti di raccolta abiti e negozi. Allo stesso tempo, il numero di cessazioni dei contratti di lavoro è aumentato, passando da 80 a 137.

La quasi totalità del personale (98%) era impiegata con un contratto a tempo determinato (83 persone) o indeterminato (225 persone). Le restanti 6 persone erano stagisti e collaboratori.

La percentuale più significativa tra i dipendenti a tempo indeterminato è rappresentata dalla categoria degli **operai**, dedicati alle mansioni di autisti per la raccolta degli abiti, addetti alle vendite nei negozi e allo smistamento.

Seguono gli impiegati, tra cui quelli operativi negli uffici centrali (amministrazione, risorse umane, legale, commerciale), di gestione della raccolta indumenti e dei negozi e di progettazione e raccolta fondi.

Per quanto riguarda la tipologia di impiego, sul totale dei 308 dipendenti, **211** erano assunti con un contratto **full-time** e **97** in **part-time**.

Tra questi ultimi, la maggioranza era costituita da donne, con 78 dipendenti femminili rispetto a 19 uomini, riflettendo una tendenza comune in molti settori, dove il lavoro part-time è spesso scelto dalle donne per meglio conciliare vita professionale e familiare.

Il rapporto tra Retribuzione Annuale Lorda minima e massima dei dipendenti di Humana onlus e di Humana scarl è 1,5 e 4,8. Entrambi rispettano la proporzione di 1 a 8 prevista dall'art. 16 del D. Lgs. 117/2017.

2.2 PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO (GRI 405-1; 406-1)

Humana a sostegno della **diversity & inclusion** valorizza le diversità e promuove le pari opportunità. Al 31 dicembre 2024, i collaboratori provenivano da **28 diverse nazionalità**, dando vita a un team multiculturale che supera ogni distinzione etnica, religiosa e culturale.

A favore dell'integrazione e della comunicazione, Humana nel 2024 ha messo in campo alcune azioni specifiche, quali:

- ↪ **corso di italiano per stranieri** per favorire una comunicazione più efficace;
- ↪ **sportello HR** per il supporto nelle richieste di rinnovo dei documenti;
- ↪ sistema per la ricezione e gestione di segnalazioni anonime di eventuali discriminazioni (**Decreto Whistleblowing**). Per rispondere a una di queste, nel 2024 è stato pianificato per il 2025 un corso di **mediazione comunicativa** rivolto allo staff di un reparto produttivo;
- ↪ misure specifiche per rispondere alle diverse esigenze culturali, come ad esempio la richiesta di cambio turno durante il Ramadan.

Oltre alla diversità etnica, lo staff di Humana si distingue per l'**equilibrio di genere**, con una leggera prevalenza di donne, contribuendo a un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso.

La parità di genere è sostanzialmente assicurata anche negli organismi di governance:

- ↪ Consiglio d'Amministrazione scarl: 2 donne e 3 uomini;
- ↪ Consiglio d'Amministrazione onlus: 3 donne;
- ↪ Direzione: 2 donne e 3 uomini.

La composizione dei Consigli di Amministrazione di Cooperativa e Associazione evidenzia una prevalenza di membri con età superiore ai 50 anni, con un solo componente nella fascia 30-50 anni.

Al contrario, tra i collaboratori della squadra di Humana, la maggior parte rientra nella fascia 30-50 anni, mentre il 26% è rappresentato da persone under 30, una percentuale in costante crescita rispetto agli anni precedenti.

Figura 4. Dipendenti a tempo indeterminato per qualifica

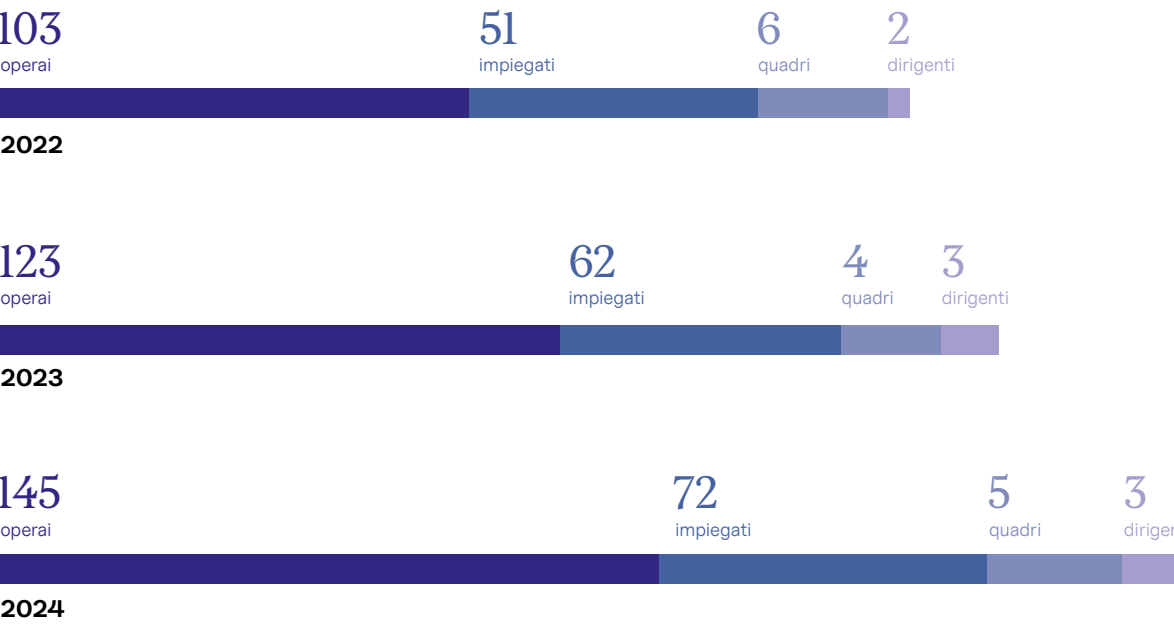
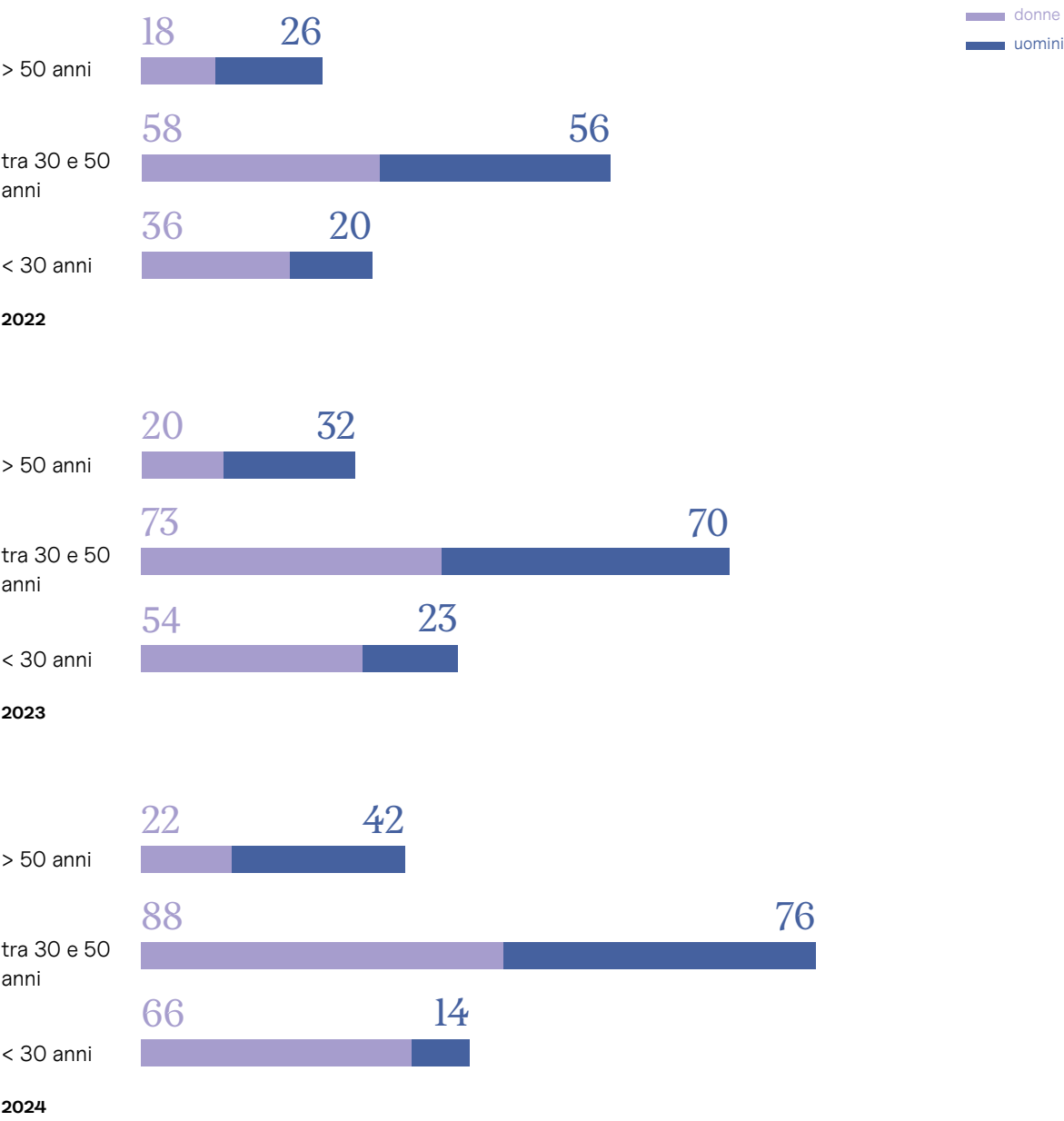


Figura 5. Dipendenti nel triennio per genere e fasce d'età



2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE  
(GRI 403-5; 404-1)

La filosofia "people to people" non solo non trascura la formazione e la crescita professionale, ma le considera elementi fondamentali, riconoscendo l'importanza centrale delle persone all'interno dell'Organizzazione.

La formazione offerta ha un duplice obiettivo: da un lato promuovere lo **sviluppo professionale** dello staff, dall'altro favorire un **coinvolgimento e una sensibilizzazione continui sui temi e i valori che guidano la nostra mission**.

Ogni anno, i responsabili di reparto rilevano le necessità formative dei propri collaboratori e le segnalano all'Ufficio Risorse Umane.

Nel 2024 sono state erogate complessivamente **3.417 ore di formazione**, registrando un incremento del **67%** rispetto all'anno precedente. Di queste, il **53%**, pari a 1.805 ore, è stato dedicato a percorsi di **formazione obbligatoria** in materia di **salute e sicurezza** sul lavoro. Tali percorsi includevano la formazione per i neoassunti, l'aggiornamento per i dipendenti già in forza, la conduzione del carrello elevatore,

e la formazione e aggiornamento per Rappresentanti dei Lavoratori, Preposti e addetti al Primo Soccorso e Antincendio.

Le restanti **1.612 ore** sono state dedicate a **formazione volontaria**, finalizzata allo sviluppo di competenze trasversali e specifiche per ogni ruolo e settore lavorativo. Nel 2024 è stato diffuso e condiviso il **catalogo della formazione**, offrendo a tutta la popolazione Humana l'opportunità di iscriversi e partecipare a corsi dedicati allo sviluppo delle competenze legate al proprio ruolo.

Nel 2024, tra i corsi più rilevanti, il percorso di People Management ha fornito strumenti per valorizzare le **caratteristiche dei collaboratori** attraverso l'utilizzo consapevole delle leve motivazionali nei diversi contesti organizzativi.

Il corso di **italiano per stranieri** ha favorito l'integrazione linguistica, mentre quello dedicato ai **tessuti** ha approfondito la conoscenza dei materiali, dalle fibre naturali a quelle sintetiche.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla **moda vintage**, con un focus sulla sua evoluzione storica e sui principi della sostenibilità.

Il corso su **collaborazione e lavoro di squadra** in magazzino ha rafforzato le competenze

Al 31.12.2024

3.417

Ore totali di formazione erogata

1.612

Ore di formazione volontaria per lo sviluppo di competenze trasversali



comunicative, la gestione dei conflitti e la motivazione nei team operativi. Il percorso di **coaching** ha permesso ai partecipanti di acquisire strumenti utili per supportare la crescita personale e professionale degli altri. A completamento dell’offerta formativa, i corsi di **inglese ed Excel** a livello intermedio hanno contribuito a potenziare le competenze linguistiche e digitali.

È stato inoltre creato un nuovo processo di **induction in formato e-learning**, con contenuti video registrati direttamente dai dipendenti, delle diverse aree. Nel corso dell’anno sono state realizzate cinque sessioni strutturate di induction: tutti i neoassunti hanno avuto accesso alla parte generale online, comprensiva anche dei contenuti relativi al **Modello 231**.

In Humana, inoltre, è prassi consolidata che i dipendenti, dopo aver completato corsi di formazione non obbligatoria, assumano il ruolo di "formatori" per i colleghi. Questo approccio favorisce la condivisione delle conoscenze acquisite, contribuendo a diffondere competenze e know-how all’interno dell’intero reparto.

Se si considerano le ore di formazione erogate (sia obbligatorie che volontarie) per **categoria contrattuale**, come nel 2023, anche nel 2024 i quadri sono stati i maggiori beneficiari.

In generale, il **numero medio di ore di formazione per dipendente è aumentato del 44%** rispetto all’anno precedente, passando da 7,7 ore nel 2023 a 11,1 ore nel 2024.

Nel 2024 è proseguito il progetto, avviato nel 2023, per strutturare un processo annuale di **valutazione delle prestazioni tramite questionari differenziati per ruolo**.

Sono stati coinvolti 102 collaboratori su quattro livelli (base, intermedio, middle, direttivo), con un confronto tra **autovalutazione e feedback** del responsabile. Il processo ha permesso di individuare aree di miglioramento: per il 2025, infatti, si prevede l’estensione della valutazione a **tutta la popolazione Humana**, inclusi i team di negozi e smistamento, l’introduzione della Calibration Review tra responsabili e HR, e l’avvio di piani di sviluppo dedicati alle risorse chiave.

*Iniziative più significative del 2024*

**Visita di Humana People to People India**  
Nel 2024, la sede di Humana Italia a Pregnana Milanese ha ospitato una delegazione di Humana India. L’incontro è stato l’occasione per presentare le attività educative e i diversi progetti sociali in corso nel Paese asiatico, alcuni dei quali sostenuti anche da Humana Italia. Fra questi, nel 2024, vi è stato anche l’avvio della raccolta di abiti usati (si veda pag. 130) da parte di Humana India, grazie alla condivisione delle conoscenze e al supporto economico della consorella italiana. L’esperienza ha rafforzato il senso di collaborazione tra le due Organizzazioni.

**Viaggio in Mozambico**  
È stato organizzato con i dipendenti che hanno partecipato al viaggio in Mozambico un incontro, durante il quale sono state condivise esperienze, impressioni e riflessioni maturate sul campo. Le testimonianze hanno contribuito a rafforzare la connessione tra le attività locali e il supporto fornito dall’Organizzazione, promuovendo maggiore consapevolezza e coinvolgimento.

**2.4 SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE**  
(GRI 401-2; 403-1; 403-2/4; 403-4; 403-6; 403-8; 403-9)

Per Humana Italia, tutelare la salute e la sicurezza dei propri collaboratori e di tutte le persone coinvolte nelle attività rappresenta un principio fondamentale, da applicare nello svolgimento di ogni attività e anche nei confronti di stakeholder esterni che accedono alle sedi. Per questo, sono garantiti a tutti i collaboratori corsi di aggiornamento o di formazione ex novo sui **temi della salute e sicurezza sul lavoro**, con l’obiettivo di promuovere comportamenti responsabili, tutelare le persone e assicurare la conformità alla normativa vigente.

Le regole in materia sono estese non solo a dipendenti e collaboratori, ma anche a soggetti esterni come volontari, attivisti del progetto



*Salute e sicurezza sul lavoro: Humana promuove comportamenti responsabili per tutelare le persone*

Orto 3C e visitatori del Centro di smistamento.

Le attività di Humana Italia **non presentano rischi elevati**, ma si concentrano principalmente su aspetti legati all'attività di raccolta e trasporto degli indumenti, alla manutenzione dei contenitori e allo stoccaggio negli impianti. Il nuovo impianto semi-automatico di Pregnana Milanese, operativo dal 2023, è stato progettato per ridurre lo sforzo fisico da parte degli operatori.

Tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato beneficiano della copertura sanitaria Fondo Est, prevista dal CCNL Terziario e Commercio, insieme a tutti gli istituti contrattuali (congedi parentali, contributi pensionistici, assicurazione su invalidità, disabilità e vita), inclusi anticipi su 13esima e 14esima per i lavoratori con almeno 12 mesi di anzianità. Inoltre, a tutti i dipendenti viene garantita la **sorveglianza sanitaria** in conformità al D.Lgs. 81/2008, l'iscrizione all'**Ente Bilaterale Ebiter**, e la copertura delle **assicurazioni sanitarie previste dagli Accordi Nazionali vigenti**.

Nel 2024 Humana ha inoltre **esteso i giorni settimanali di smart working**, rendendo lo strumento disponibile a **tempo indeterminato** per migliorare il benessere e la conciliazione vita-lavoro. L'impegno a garantire e migliorare le condizioni di salute e sicurezza è costante: Humana sta integrando questi temi nel proprio Sistema di Gestione Integrato Qualità e Ambiente, attraverso procedure, buone prassi e formazione specifica, anche oltre quanto richiesto dalla normativa. Un team interno è dedicato al monitoraggio e al supporto continuo delle politiche di tutela della salute e sicurezza.

La squadra di Humana Italia dedicata alla salute e sicurezza, a supporto del datore di lavoro, al 31/12/2024 includeva **4 Dirigenti per la Sicurezza**, un Responsabile Servizio di Prevenzione e Protezione (**RSPP**), il medico competente.

Erano attivi inoltre **3 Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)**.

Si aggiungono inoltre **42 preposti, 56 addetti Antincendio e 42 al Primo Soccorso**.

Nel 2024, all'interno del perimetro di Humana Italia, si sono registrati complessivamente **10 infortuni** sul lavoro, nessuno dei quali con gravi conseguenze<sup>1</sup>, portando il **tasso di infortunio**<sup>2</sup>

a 22,45. Questo dato evidenzia un aumento rispetto all'anno precedente (19,39).

Nessun collaboratore di Humana Italia ha contratto malattie collegate allo svolgimento dell'attività professionale. Tutte le pratiche legate a incidenti e infortuni sul posto di lavoro (per tutte le sedi di Humana Italia) sono gestite e rendicontate internamente e segnalate all'INAIL. Anche i near miss sono registrati e gestiti dal sistema di sicurezza dell'Organizzazione in collaborazione con l'RSPP.

Il **tasso di assenteismo**, calcolato come il rapporto tra le ore perse per infortunio, malattia, permessi sindacali, sciopero e assenza ingiustificata e le ore complessivamente lavorate nel corso dell'anno, è pari al **4,3% nel 2024**, leggermente diminuito, ma sostanzialmente in linea con il dato del 2023 (4,9%).

<sup>1</sup> Per infortunio con gravi conseguenze si intende un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno da cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

<sup>2</sup> Calcolato come segue: numero infortuni/totale ore lavorate in un anno\* 1.000.000.

2.5 IL PERSONALE ESTERNO

(GRI 2-8; 403-7; 403-9b)

Alcune attività operative, specie quelle legate all’andamento della raccolta di indumenti usati, possono richiedere l’impiego di personale esterno, soprattutto nei periodi **di picco di raccolta** abiti.

Nel 2024, Humana ha coinvolto 12 collaboratori esterni<sup>3</sup> nelle attività di carico, scarico, riempimento e chiusura dei balloni di vestiti usati presso le filiali di Pregnana Milanese (MI), Torbole Casaglia (BS) e Rovigo. Di questi, 11 erano **operai di genere maschile** e uno di **genere femminile**.

Humana Italia contribuisce a garantire la **salute e sicurezza** sul posto di lavoro anche ai collaboratori esterni assunti da cooperative o agenzie, ai quali spetta l’adeguata formazione a riguardo. Il preposto o il responsabile del reparto presso cui si troveranno a prestare servizio i collaboratori esterni si coordina con il responsabile di reparto del collaboratore esterno, affinché siano fornite le **istruzioni operative** preliminari all’avvio dell’attività lavorativa.

I responsabili di reparto, in accordo con i preposti dei collaboratori esterni, verificano inoltre l’effettivo utilizzo dei necessari **dispositivi di sicurezza** (quali, ad esempio, le scarpe antinfortunistiche).

Humana verifica che il personale esterno operi nel rispetto del D. Lgs. 81/08 in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e, pertanto, controlla che sia stato sottoposto a opportuna formazione e fornito dei DPI (dispositivi di protezione individuale) necessari e commisurati allo svolgimento delle attività richieste. Inoltre, qualora ricorrano le condizioni di cui all’articolo 26 del D. Lgs. 81/08, viene redatto il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), allo scopo di valutare i rischi da interferenze tra le attività dei soggetti coinvolti e adottare le necessarie misure di protezione e prevenzione degli infortuni.

Nel corso del 2024 **non si sono registrati infortuni né incidenti** che hanno coinvolto i collaboratori esterni impiegati da Humana per lo svolgimento delle proprie attività.

<sup>3</sup> Risultando scarsamente significativo il loro numero al 31/12 di ciascun anno, il numero di tali collaboratori è stato calcolato come FTE (Full Time Equivalent, equivalente a tempo pieno) stimato a partire dal numero totale delle ore di lavoro fornite dai collaboratori esterni durante l’anno, diviso 1.760 (convenzionalmente fissato come il numero di ore di lavoro fornite da un lavoratore a tempo pieno durante un intero anno).

 Informativa generale

| <b>Tabella 1</b> Collaboratori complessivi per contratto e genere <sup>4</sup> (GRI 2-7; 2-8) | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>var%<br/>(2023-2024)</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------------|
| <b>Tempo indeterminato</b>                                                                    | <b>162</b>  | <b>192</b>  | <b>225</b>  | <b>17,2%</b>                |
| Donne                                                                                         | 85          | 96          | 116         | 20,8%                       |
| Uomini                                                                                        | 77          | 96          | 109         | 13,5%                       |
| <b>Tempo determinato</b>                                                                      | <b>52</b>   | <b>80</b>   | <b>83</b>   | <b>3,8%</b>                 |
| Donne                                                                                         | 27          | 51          | 60          | 17,6%                       |
| Uomini                                                                                        | 25          | 29          | 23          | -20,7%                      |
| <b>Stage</b>                                                                                  | <b>1</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>33,3%</b>                |
| Donne                                                                                         | 1           | 2           | 3           | 50,0%                       |
| Uomini                                                                                        | 0           | 1           | 1           | 0,0%                        |
| <b>Contratto collaborazione coordinata e continuativa</b>                                     | <b>2</b>    | <b>2</b>    | <b>2</b>    | <b>0,0%</b>                 |
| Donne                                                                                         | 1           | 1           | 1           | 0,0%                        |
| Uomini                                                                                        | 1           | 1           | 1           | 0,0%                        |
| <b>Apprendistato</b>                                                                          | <b>0</b>    | <b>0</b>    | <b>0</b>    | <b>-</b>                    |
| Donne                                                                                         | 0           | 0           | 0           | -                           |
| Uomini                                                                                        | 0           | 0           | 0           | -                           |
| <b>Totale</b>                                                                                 | <b>217</b>  | <b>277</b>  | <b>314</b>  | <b>13,4%</b>                |
| <b>Donne</b>                                                                                  | <b>114</b>  | <b>150</b>  | <b>180</b>  | <b>20,0%</b>                |
| <b>Uomini</b>                                                                                 | <b>103</b>  | <b>127</b>  | <b>134</b>  | <b>5,5%</b>                 |

| <b>Tabella 2</b> Dipendenti per tipologia d’impiego e per genere (GRI 2-7; 2-8) | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>var%<br/>(2023-2024)</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------------|
| <b>Full-time</b>                                                                | <b>148</b>  | <b>185</b>  | <b>211</b>  | <b>14,0%</b>                |
| Donne                                                                           | 61          | 81          | 98          | 21,0%                       |
| Uomini                                                                          | 87          | 104         | 113         | 9,0%                        |
| <b>Part-time</b>                                                                | <b>66</b>   | <b>87</b>   | <b>97</b>   | <b>11,0%</b>                |
| Donne                                                                           | 51          | 66          | 78          | 18,0%                       |
| Uomini                                                                          | 15          | 21          | 19          | -10,0%                      |
| <b>Totale</b>                                                                   | <b>214</b>  | <b>272</b>  | <b>308</b>  | <b>13,0%</b>                |

<sup>4</sup> Collaboratori complessivi stabilmente impiegati da Humana e presenti al 31/12 di ciascun anno.



Informativa generale

| <b>Tabella 3</b> Collaboratori complessivi<br>per area geografica e genere (GRI 2-7; 2-8) | 2022       | 2023       | 2024       | var%<br>(2023-2024) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|---------------------|
| <b>Abruzzo (Pineto)</b>                                                                   | <b>5</b>   | <b>4</b>   | <b>6</b>   | <b>50,0%</b>        |
| Donne                                                                                     | 0          | 0          | 0          | -                   |
| Uomini                                                                                    | 5          | 4          | 6          | 50,0%               |
| <b>Emilia-Romagna (Bologna)</b>                                                           | <b>7</b>   | <b>14</b>  | <b>12</b>  | <b>-14,3%</b>       |
| Donne                                                                                     | 6          | 12         | 9          | -25,0%              |
| Uomini                                                                                    | 1          | 2          | 3          | 50,0%               |
| <b>Lazio (Roma)*</b>                                                                      | <b>15</b>  | <b>15</b>  | <b>22</b>  | <b>46,7%</b>        |
| Donne                                                                                     | 13         | 13         | 20         | 53,8%               |
| Uomini                                                                                    | 2          | 2          | 2          | 0,0%                |
| <b>Liguria (Genova)</b>                                                                   | <b>0</b>   | <b>15</b>  | <b>15</b>  | <b>0,0%</b>         |
| Donne                                                                                     | 0          | 4          | 5          | 25,0%               |
| Uomini                                                                                    | 0          | 11         | 10         | -9,1%               |
| <b>Lombardia (Milano, Pregnana M.se, Torbole C.)</b>                                      | <b>137</b> | <b>166</b> | <b>191</b> | <b>15,1%</b>        |
| Donne                                                                                     | 72         | 93         | 111        | 19,4%               |
| Uomini                                                                                    | 65         | 73         | 80         | 9,6%                |
| <b>Piemonte (Nichelino, Torino)</b>                                                       | <b>27</b>  | <b>29</b>  | <b>29</b>  | <b>0,0%</b>         |
| Donne                                                                                     | 13         | 14         | 15         | 7,1%                |
| Uomini                                                                                    | 14         | 15         | 14         | -6,7%               |
| <b>Toscana (Firenze)</b>                                                                  | <b>6</b>   | <b>12</b>  | <b>15</b>  | <b>25,0%</b>        |
| Donne                                                                                     | 4          | 8          | 14         | 75,0%               |
| Uomini                                                                                    | 2          | 4          | 1          | -75,0%              |
| <b>Veneto (Rovigo, Verona)</b>                                                            | <b>20</b>  | <b>22</b>  | <b>24</b>  | <b>9,1%</b>         |
| Donne                                                                                     | 6          | 6          | 6          | 0,0%                |
| Uomini                                                                                    | 14         | 16         | 18         | 12,5%               |
| <b>Totale</b>                                                                             | <b>217</b> | <b>277</b> | <b>314</b> | <b>13,4%</b>        |
| <b>Donne</b>                                                                              | <b>114</b> | <b>150</b> | <b>180</b> | <b>20,0%</b>        |
| <b>Uomini</b>                                                                             | <b>103</b> | <b>127</b> | <b>134</b> | <b>5,5%</b>         |

\*I dati relativi alla regione Lazio del 2022 e 2023 riportati in questa tabella differiscono da quelli pubblicati nel Bilancio di Sostenibilità 2023, in cui erano stati presentati valori successivamente rivisti.



Informativa generale

| <b>Tabella 4</b> Collaboratori esterni <sup>5</sup><br>per area geografica e genere (GRI 2-8) | 2022      | 2023      | 2024      | var%<br>(2023-2024) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------------------|
| <b>Lombardia (Milano, Pregnana M.se, Torbole C.)</b>                                          | <b>14</b> | <b>19</b> | <b>11</b> | <b>-42,1%</b>       |
| Donne                                                                                         | 0         | 1         | 1         | 0,0%                |
| Uomini                                                                                        | 14        | 18        | 10        | -44,4%              |
| <b>Veneto (Rovigo, Verona)</b>                                                                | <b>3</b>  | <b>2</b>  | <b>1</b>  | <b>-50,0%</b>       |
| Donne                                                                                         | 0         | 0         | 0         | -                   |
| Uomini                                                                                        | 3         | 2         | 1         | -50,0%              |
| <b>Totale</b>                                                                                 | <b>17</b> | <b>21</b> | <b>12</b> | <b>-42,9%</b>       |
| <b>Donne</b>                                                                                  | <b>0</b>  | <b>1</b>  | <b>1</b>  | <b>0,0%</b>         |
| <b>Uomini</b>                                                                                 | <b>17</b> | <b>20</b> | <b>11</b> | <b>-45,0%</b>       |



Occupazione

| <b>Tabella 5</b> Numero totale di nuove assunzioni<br>per fascia d'età e genere (GRI 401-1) | 2022       | 2023       | 2024       | var%<br>(2023-2024) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|---------------------|
| <b>Under 30</b>                                                                             | <b>62</b>  | <b>71</b>  | <b>97</b>  | <b>36,6%</b>        |
| Donne                                                                                       | 32         | 45         | 78         | 73,3%               |
| Uomini                                                                                      | 30         | 26         | 19         | -26,9%              |
| <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                                                 | <b>40</b>  | <b>56</b>  | <b>66</b>  | <b>17,9%</b>        |
| Donne                                                                                       | 8          | 25         | 32         | 28,0%               |
| Uomini                                                                                      | 32         | 31         | 34         | 9,7%                |
| <b>Over 50</b>                                                                              | <b>3</b>   | <b>11</b>  | <b>10</b>  | <b>-9,1%</b>        |
| Donne                                                                                       | 1          | 4          | 4          | 0,0%                |
| Uomini                                                                                      | 2          | 7          | 6          | -14,3%              |
| <b>Totale</b>                                                                               | <b>105</b> | <b>138</b> | <b>173</b> | <b>25,4%</b>        |
| <b>Donne</b>                                                                                | <b>41</b>  | <b>74</b>  | <b>114</b> | <b>54,1%</b>        |
| <b>Uomini</b>                                                                               | <b>64</b>  | <b>64</b>  | <b>59</b>  | <b>-7,8%</b>        |

<sup>5</sup>Collaboratori esterni aggiuntivi impiegati a chiamata e stimati FTE come numero di ore di lavoro fornite durante l'anno / 1.760.



Occupazione

| <b>Tabella 6</b> Numero totale di persone che hanno terminato o interrotto il rapporto di lavoro, per fascia d'età e per genere (GRI 401-1) | 2022      | 2023      | 2024       | var%<br>(2023-2024) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|---------------------|
| <b>Under 30</b>                                                                                                                             | <b>35</b> | <b>42</b> | <b>76</b>  | <b>81,0%</b>        |
| Donne                                                                                                                                       | 17        | 22        | 54         | 145,5%              |
| Uomini                                                                                                                                      | 18        | 20        | 22         | 10,0%               |
| <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                                                                                                 | <b>37</b> | <b>30</b> | <b>50</b>  | <b>66,7%</b>        |
| Donne                                                                                                                                       | 9         | 13        | 24         | 84,6%               |
| Uomini                                                                                                                                      | 28        | 17        | 26         | 52,9%               |
| <b>Over 50</b>                                                                                                                              | <b>7</b>  | <b>8</b>  | <b>11</b>  | <b>37,5%</b>        |
| Donne                                                                                                                                       | 0         | 4         | 7          | 75,0%               |
| Uomini                                                                                                                                      | 7         | 4         | 4          | 0,0%                |
| <b>Totale</b>                                                                                                                               | <b>79</b> | <b>80</b> | <b>137</b> | <b>71,3%</b>        |
| <b>Donne</b>                                                                                                                                | <b>26</b> | <b>39</b> | <b>85</b>  | <b>117,9%</b>       |
| <b>Uomini</b>                                                                                                                               | <b>53</b> | <b>41</b> | <b>52</b>  | <b>26,8%</b>        |

| <b>Tabella 7</b> Tasso di turnover* per fascia d'età e genere (GRI 401-1) | 2022         | 2023          | 2024          | var%<br>(2023-2024) |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------------|
| <b>Tasso turnover complessivo</b>                                         | <b>97,9%</b> | <b>101,9%</b> | <b>114,0%</b> | <b>11,9%</b>        |
| <b>Tasso turnover in entrata</b>                                          | <b>55,9%</b> | <b>64,5%</b>  | <b>63,6%</b>  | <b>-1,4%</b>        |
| Donne                                                                     | 21,8%        | 34,6%         | 41,9%         | 21,1%               |
| Uomini                                                                    | 34,0%        | 29,9%         | 21,7%         | -27,4%              |
| Under 30                                                                  | 33,0%        | 33,2%         | 35,7%         | 7,5%                |
| Tra i 30 e i 50 anni                                                      | 21,3%        | 26,2%         | 24,3%         | -7,3%               |
| Over 50                                                                   | 1,6%         | 5,1%          | 3,7%          | -27,5%              |
| <b>Tasso turnover in uscita</b>                                           | <b>42,0%</b> | <b>37,4%</b>  | <b>50,4%</b>  | <b>34,8%</b>        |
| Donne                                                                     | 13,8%        | 18,2%         | 31,3%         | 72,0%               |
| Uomini                                                                    | 28,2%        | 19,2%         | 19,1%         | -0,5%               |
| Under 30                                                                  | 18,6%        | 19,6%         | 27,9%         | 42,3%               |
| Tra i 30 e i 50 anni                                                      | 19,7%        | 14,0%         | 18,4%         | 31,4%               |
| Over 50                                                                   | 23,4%        | 24,3%         | 23,5%         | -3,3%               |

\*Il Tasso di turnover complessivo è calcolato come numero entrati + numero usciti nel corso dell'anno/organico anno n-1\*100.  
Il Tasso di turnover in entrata è calcolato come numero entrati durante l'anno/organico anno n-1\*100.  
Il Tasso di turnover in uscita è calcolato come numero usciti durante l'anno/organico anno n-1\*100.

I dati relativi al tasso di turnover in uscita per genere (donne e uomini) sono stati aggiornati anche per gli anni precedenti per garantire coerenza metodologica e allineamento con i criteri attuali di calcolo.



Salute e sicurezza sul lavoro

| <b>Tabella 8</b> Numero di infortuni sul lavoro dei dipendenti, suddivisi per genere e area geografica (GRI 403-9) | 2022     | 2023     | 2024      | var%<br>(2023-2024) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|---------------------|
| <b>Emilia Romagna (Bologna)</b>                                                                                    | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>1</b>  | <b>- (da 0 a 1)</b> |
| Donne                                                                                                              | 0        | 0        | 1         | - (da 0 a 1)        |
| Uomini                                                                                                             | 0        | 0        | 0         | -                   |
| <b>Lombardia (Pregnana M.se, Torbole C.)</b>                                                                       | <b>3</b> | <b>6</b> | <b>7</b>  | <b>16,7%</b>        |
| Donne                                                                                                              | 1        | 1        | 1         | 0,0%                |
| Uomini                                                                                                             | 2        | 5        | 6         | 20,0%               |
| <b>Piemonte (Nichelino, Torino)</b>                                                                                | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>2</b>  | <b>100%</b>         |
| Donne                                                                                                              | 0        | 1        | 0         | -100%               |
| Uomini                                                                                                             | 2        | 0        | 2         | - (da 0 a 2)        |
| <b>Totale</b>                                                                                                      | <b>5</b> | <b>7</b> | <b>10</b> | <b>42,9%</b>        |
| <b>Donne</b>                                                                                                       | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>2</b>  | <b>0,0%</b>         |
| <b>Uomini</b>                                                                                                      | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>8</b>  | <b>60,0%</b>        |

| <b>Tabella 9</b> Numero di infortuni* sul lavoro dei dipendenti suddivisi per gravità (GRI 403-9) | 2022     | 2023     | 2024      | var%<br>(2023-2024) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|-----------|---------------------|
| <b>Infortuni registrabili</b>                                                                     | <b>5</b> | <b>7</b> | <b>10</b> | <b>42,9%</b>        |
| di cui occorsi ai dipendenti                                                                      | 5        | 7        | 10        | 42,9%               |
| di cui occorsi ai contrattisti                                                                    | 0        | 0        | 0         | -                   |
| <b>Infortuni con conseguenze gravi</b>                                                            | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b>  | <b>-</b>            |
| di cui occorsi ai dipendenti                                                                      | 0        | 0        | 0         | -                   |
| di cui occorsi ai contrattisti                                                                    | 0        | 0        | 0         | -                   |

\*Sono stati considerati tutti gli infortuni registrati da Humana Italia (scarl e onlus) nel corso dei rispettivi anni.  
Non sono inclusi gli infortuni in itinere. Per infortuni con conseguenze gravi, secondo lo standard GRI si intendono gli infortuni che comportano un periodo di tempo superiore ai 6 mesi perché il lavoratore recuperi le condizioni di salute precedenti all'infortunio.



Salute e sicurezza sul lavoro

| Tabella 10 Tassi di infortunio* sul lavoro e ore lavorate dai dipendenti (GRI 403-9) | 2022  | 2023  | 2024  | var%<br>(2023-2024) |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|---------------------|
| Tasso di infortuni sul lavoro                                                        | 16,22 | 19,39 | 22,45 | 15,8%               |
| di cui occorsi ai dipendenti                                                         | 16,22 | 19,39 | 22,45 | 15,8%               |
| di cui occorsi ai contrattisti                                                       | 0     | 0     | 0     |                     |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze **                               | 0     | 0     | 0     | -                   |
| di cui occorsi ai dipendenti                                                         | 0     | 0     | 0     | -                   |
| di cui occorsi ai contrattisti                                                       | 0     | 0     | 0     | -                   |

\*I calcoli degli indici degli infortuni hanno considerato tutte le persone assunte durante l'anno con un contratto a tempo indeterminato, determinato e di apprendistato (no stage e no contratto collaborazione continuativa).  
Il Tasso di infortunio è stato calcolato come: numero infortuni/totale ore lavorate in un anno\* 1.000.000  
\*\*Il Tasso di infortunio con gravi conseguenze è stato calcolato come: giornate di assenza (da calendario) per infortunio/totale ore lavorate in un anno\*10.000



Formazione e istruzione

| Tabella 11 Ore medie annue di formazione erogate ai dipendenti, suddivisi per categoria contrattuale e genere (GRI 404-1) | 2022 | 2023 | 2024 | var%<br>(2023-2024) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|---------------------|
| Dirigenti                                                                                                                 | 4,0  | 4,7  | 16,7 | 255,3%              |
| Donne                                                                                                                     | 0    | 0    | 0    | -                   |
| Uomini                                                                                                                    | 4,0  | 4,7  | 16,7 | 255,3%              |
| Quadri                                                                                                                    | 2,2  | 8,5  | 28,5 | 235,3%              |
| Donne                                                                                                                     | 1,0  | 1,0  | 16,0 | 1500,0%             |
| Uomini                                                                                                                    | 2,4  | 11,0 | 31,6 | 187,3%              |
| Impiegati                                                                                                                 | 5,4  | 7,2  | 21,2 | 194,4%              |
| Donne                                                                                                                     | 5,6  | 7,3  | 18,3 | 150,7%              |
| Uomini                                                                                                                    | 4,6  | 6,8  | 31,9 | 369,1%              |
| Operai                                                                                                                    | 3,5  | 7,9  | 6,8  | -13,9%              |
| Donne                                                                                                                     | 2,9  | 4,8  | 5,7  | 18,8%               |
| Uomini                                                                                                                    | 4,0  | 10,7 | 7,9  | -26,2%              |
| Media complessiva                                                                                                         | 3,9  | 7,7  | 11,1 | 44,2%               |
| Donne                                                                                                                     | 3,8  | 5,8  | 10,3 | 77,6%               |
| Uomini                                                                                                                    | 4,0  | 10,0 | 12,1 | 21,0%               |



Diversità e pari opportunità

| Tabella 12 Dipendenti per categoria contrattuale e genere (GRI 405-1) | 2022 | 2023 | 2024 | var%<br>(2023-2024) |
|-----------------------------------------------------------------------|------|------|------|---------------------|
| Dirigenti                                                             | 2    | 3    | 3    | 0,0%                |
| Donne                                                                 | 0    | 0    | 0    | -                   |
| Uomini                                                                | 2    | 3    | 3    | 0,0%                |
| Quadri                                                                | 6    | 4    | 5    | 25,0%               |
| Donne                                                                 | 1    | 1    | 1    | 0,0%                |
| Uomini                                                                | 5    | 3    | 4    | 33,0%               |
| Impiegati                                                             | 54   | 76   | 82   | 7,9%                |
| Donne                                                                 | 41   | 58   | 64   | 10,3%               |
| Uomini                                                                | 13   | 18   | 18   | 0,0%                |
| Operai                                                                | 152  | 189  | 218  | 15,3%               |
| Donne                                                                 | 70   | 88   | 111  | 26,1%               |
| Uomini                                                                | 82   | 101  | 107  | 5,9%                |
| Totale                                                                | 214  | 272  | 308  | 13,2%               |
| Donne                                                                 | 112  | 147  | 176  | 19,7%               |
| Uomini                                                                | 102  | 125  | 132  | 5,6%                |

| Tabella 13 Popolazione aziendale per fascia di età e genere (GRI 405-1) | 2022 | 2023 | 2024 | var%<br>(2023-2024) |
|-------------------------------------------------------------------------|------|------|------|---------------------|
| Under 30                                                                | 56   | 77   | 80   | 3,9%                |
| Donne                                                                   | 36   | 54   | 66   | 22,2%               |
| Uomini                                                                  | 20   | 23   | 14   | -39,1%              |
| Tra i 30 e i 50 anni                                                    | 114  | 143  | 164  | 14,6%               |
| Donne                                                                   | 58   | 73   | 88   | 20,5%               |
| Uomini                                                                  | 56   | 70   | 76   | 8,5%                |
| Over 50                                                                 | 44   | 52   | 64   | 23,1%               |
| Donne                                                                   | 18   | 20   | 22   | 10,0%               |
| Uomini                                                                  | 26   | 32   | 42   | 31,2%               |
| Totale                                                                  | 214  | 272  | 308  | 13,2%               |
| Donne                                                                   | 112  | 147  | 176  | 19,7%               |
| Uomini                                                                  | 102  | 125  | 132  | 5,6%                |



Diversità e pari opportunità

| Tabella 14           | Composizione CdA Humana scarl         |      |      |                     |
|----------------------|---------------------------------------|------|------|---------------------|
|                      | per fascia d'età e genere (GRI 405-1) |      |      |                     |
|                      | 2022                                  | 2023 | 2024 | var%<br>(2023-2024) |
| Under 30             | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Donne                | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Tra i 30 e i 50 anni | 0                                     | 0    | 1    | - (da 0 a 1)        |
| Donne                | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 1    | - (da 0 a 1)        |
| Over 50              | 3                                     | 3    | 4    | 33,3%               |
| Donne                | 2                                     | 2    | 2    | 0,0%                |
| Uomini               | 1                                     | 1    | 2    | 100,0%              |
| Totale               | 3                                     | 3    | 5    | 66,7%               |
| Donne                | 2                                     | 2    | 2    | 0,0%                |
| Uomini               | 1                                     | 1    | 3    | 200,0%              |

| Tabella 15           | Composizione CdA Humana onlus         |      |      |                     |
|----------------------|---------------------------------------|------|------|---------------------|
|                      | per fascia d'età e genere (GRI 405-1) |      |      |                     |
|                      | 2022                                  | 2023 | 2024 | var%<br>(2023-2024) |
| Under 30             | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Donne                | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Tra i 30 e i 50 anni | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Donne                | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Over 50              | 3                                     | 3    | 3    | 0,0%                |
| Donne                | 3                                     | 3    | 3    | 0,0%                |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 0    | -                   |
| Totale               | 3                                     | 3    | 3    | 0,0%                |
| Donne                | 3                                     | 3    | 3    | 0,0%                |
| Uomini               | 0                                     | 0    | 0    | -                   |



3

# LA FILIERA DEGLI ABITI USATI

PROTAGONISTI  
DELLA TRANSIZIONE  
CIRCOLARE



3.1  
*Una filiera trasparente,  
sicura e consolidata*  
(GRI 3-3)

Attiva dal 1998 nel settore della raccolta e del recupero degli abiti usati, Humana Italia garantisce la massima trasparenza nella gestione della propria filiera, anche al fine di ottenere la fiducia dei cittadini e delle istituzioni che le affidano questo servizio.

La gestione dell'intero processo si avvale della competenza e dell'esperienza acquisite sia in Italia che a livello internazionale, arricchita del valore aggiunto degli obiettivi sociali e ambientali che caratterizzano la filiera dell'Organizzazione.

Le informazioni e i dati riportati nelle pagine che seguono sono il risultato di una gestione attenta e di un continuo processo di verifica.



Strumenti di trasparenza e legalità

- ↪ [Modello Organizzativo 231](#)
- ↪ Iscrizione alla White List<sup>1</sup> della Prefettura di Milano
- ↪ Certificazioni UNI EN ISO [9001](#) per la Qualità e [14001](#) per l'Ambiente<sup>2</sup>



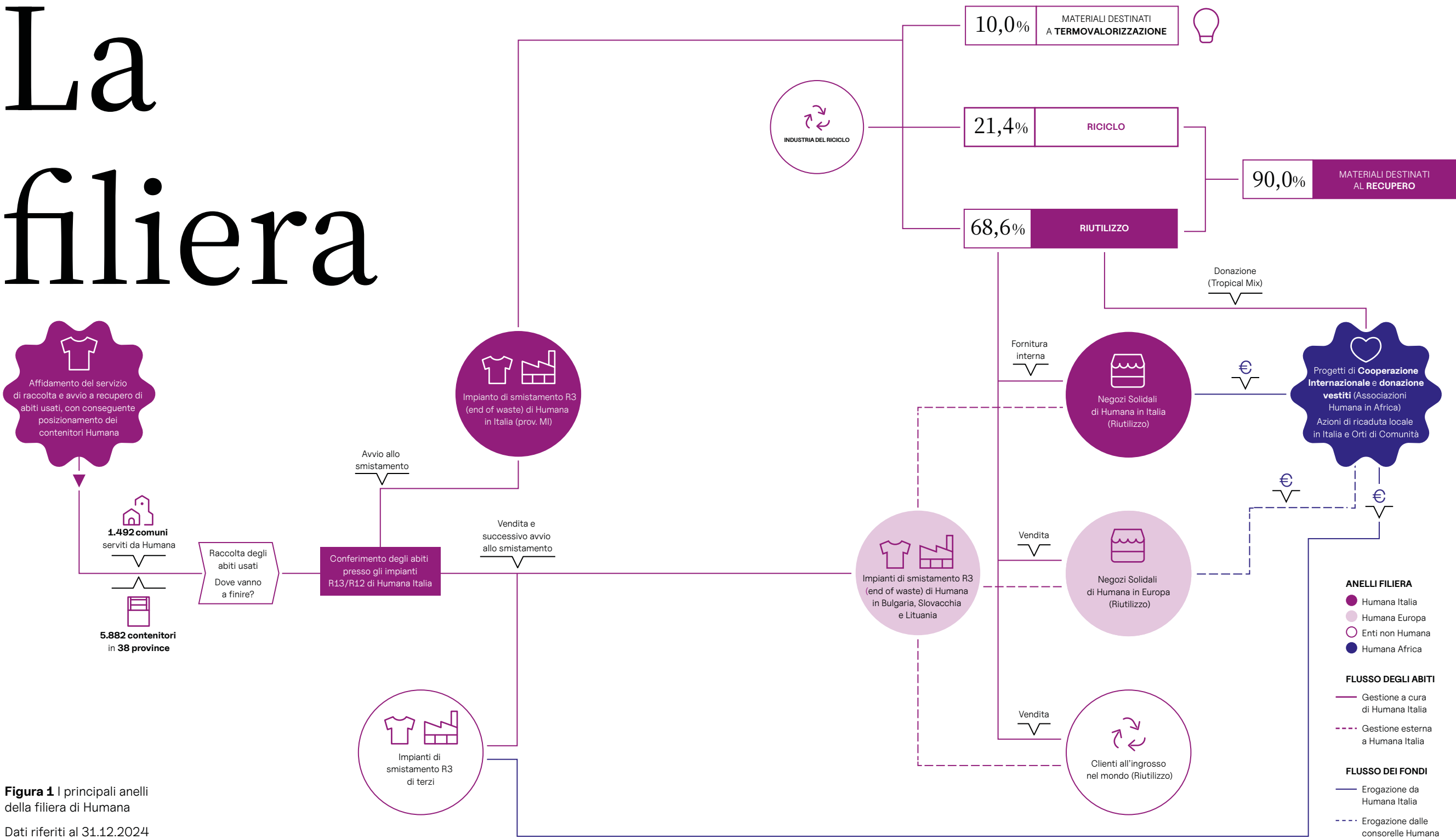
<sup>1</sup> È la Cooperativa (Humana scarl), per l'attività di gestione della filiera degli abiti usati, a essere certificata UNI EN ISO 9001 e 14001. Le due certificazioni sono emesse da Bureau Veritas che annualmente effettua le necessarie verifiche attraverso specifici audit per il mantenimento dei requisiti.

<sup>2</sup> Registro gestito dalla Prefettura di Milano con l'elenco dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo d'infiltrazione mafiosa, operanti nei settori maggiormente a rischio.

|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| Raccolta abiti     | 113<br>Dipendenti |
| Centro smistamento | 53<br>Dipendenti  |
| Negozi             | 124<br>Dipendenti |



# La filiera



**Figura 1** I principali anelli della filiera di Humana

Dati riferiti al 31.12.2024

3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA FILIERA  
(GRI 2-6; 3-3; 306-2; 306-4; 306-5; 416-1)

Affidamento del servizio

Humana ottiene abiti usati attraverso appositi contenitori, il cui impiego è vincolato all'affidamento del servizio di raccolta e avvio al recupero degli indumenti concesso da comuni o gestori (consorzi e utilities) in base al **Testo Unico Ambientale** (D. Lgs. 152/2006) e modifiche successive e al **Codice dei Contratti Pubblici** (D. Lgs. 36/2023).  
Humana cura le relazioni con gli enti citati grazie a uno **staff dedicato**, composto da 2 Key Account incaricati di gestire i contatti nelle macroaree di nord-ovest e centro-nord-est Italia e da 4 Referenti Relazioni Esterne responsabili, nelle

diverse province, della gestione dei contratti in essere, dell'attivazione di nuove collaborazioni e dell'organizzazione di iniziative territoriali d'informazione. A loro si unisce 1 addetta alle gare e la coordinatrice dell'ufficio.

Nel 2024 si è registrato un lieve calo del numero di **comuni** serviti, passati da 1.510 a **1.492**, con una diminuzione dell'1,2% rispetto al 2023.  
Le **province servite sono scese a 38**, rispetto alle 39 dell'anno precedente, interessando le regioni Lombardia, Veneto, Piemonte, Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna, Marche, Abruzzo e Liguria.  
Al contrario, è aumentato il numero di **contenitori** impiegati, che al 31 dicembre 2024 erano **5.882**, con un incremento del 5,7% rispetto al 2023.



Figura 2 Trend di crescita dei contenitori

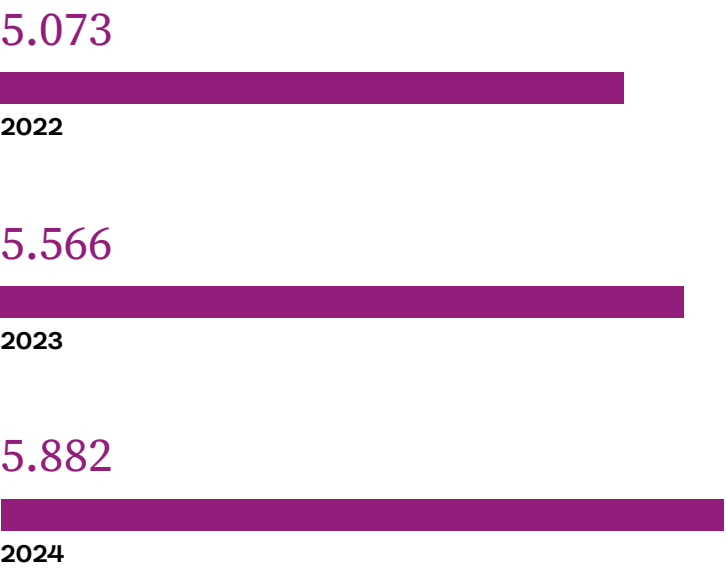
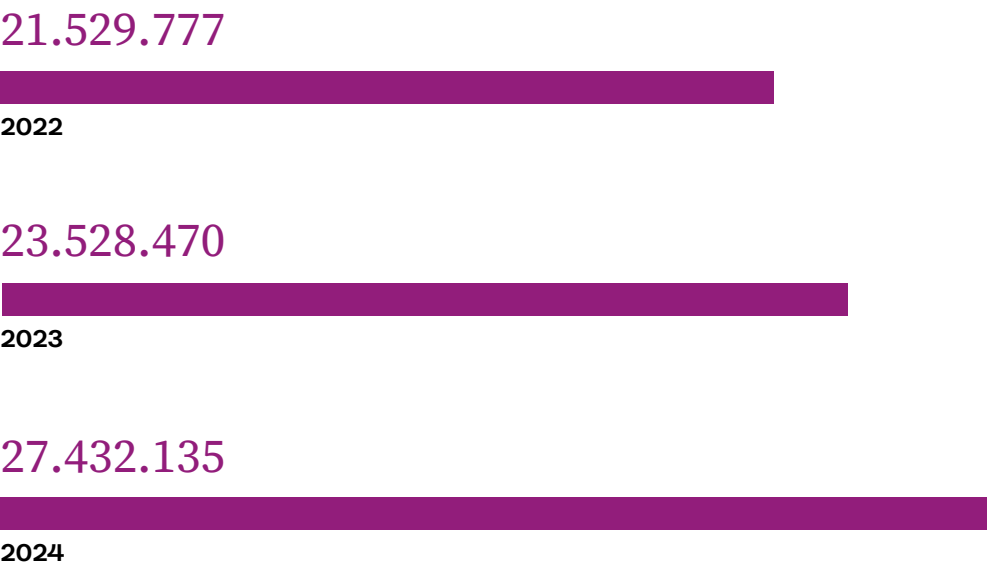


Figura 3 L'andamento della raccolta abiti (kg)



## Partner di Humana Italia

- ↪ 1.492 Comuni
- ↪ A&T 2000
- ↪ Amiat Gruppo Iren
- ↪ AMIU Genova
- ↪ Aprica Spa (Gruppo A2A)
- ↪ ASM Voghera
- ↪ Associazione Oltre i Perimetri
- ↪ Associazione Vivibalon (operatori del mercato storico Balon di Torino)
- ↪ Assorecuperi
- ↪ Asti Servizi Pubblici
- ↪ Broni Stradella Pubblica
- ↪ Carrefour
- ↪ Casalsca Servizi
- ↪ CBRA - Consorzio di Bacino dei Rifiuti dell'Astigiano
- ↪ CCS - Consorzio Chierese per i Servizi
- ↪ CEC - Consorzio Ecologico Cuneese
- ↪ Cem Ambiente
- ↪ Cidiu Servizi
- ↪ CLARA
- ↪ COSRAB Consorzio Smaltimento Rifiuti Area Biellese
- ↪ COGESA
- ↪ Consorzio Comprensoriale per lo Smaltimento dei Rifiuti Urbani "Area Piomba Fino"
- ↪ Consorzio Covar 14
- ↪ Consorzio di Bacino Basso Novarese
- ↪ Consorzio di Bacino Verona Due del Quadrilatero
- ↪ Consorzio Obbligatorio di Bacino Unico del VCO
- ↪ Diodoro Ecologia
- ↪ Ecoambiente
- ↪ Ecoelpidiense
- ↪ Ecoinnova
- ↪ ESA-Com
- ↪ Etra
- ↪ EuRIC
- ↪ Filatura Astro
- ↪ Gruppo IREN
- ↪ Il Gigante
- ↪ Rete Nazionale Operatori dell'Usato
- ↪ SABAR Servizi
- ↪ SAVNO Servizi
- ↪ Service 24 Ambiente
- ↪ SIVE - Servizi Intercomunali Veronapianura
- ↪ Solidarietà Provagliese Cooperativa Sociale onlus
- ↪ Unes - U2 Supermercati
- ↪ UNIRAU
- ↪ UTILYA
- ↪ Valle Camonica Servizi
- ↪ Viridea



Il servizio di raccolta indumenti

Humana raccoglie abiti dai propri contenitori stradali, realizzati nel rispetto delle norme sulla sicurezza e sottoposti a controlli periodici per verificarne il funzionamento e l’aspetto estetico.

Lo **svuotamento è operato da Humana People to People Italia Cooperativa** che ha in carico l’intero servizio di raccolta e avvio al recupero degli indumenti ed è iscritta all’**Albo Nazionale Gestori Rifiuti** in categoria 1 classe A.

Humana Cooperativa si avvale anche del supporto logistico di altre società per lo svuotamento dei contenitori, tra cui la Cooperativa Sociale di tipo B Occhio del Riciclone, con cui ha avviato un’**alleanza operativa e strategica**; tale collaborazione si basa su una visione comune per lo sviluppo del settore del riutilizzo.

I vestiti, le calzature, la biancheria per la casa e gli accessori d’abbigliamento raccolti vengono conferiti agli impianti gestiti da Humana nelle province di Brescia, Genova, Milano, Rovigo, Teramo e Torino, tutti dotati di **autorizzazione R13/R12**.

Presso l’unità di Pregnana Milanese, grazie all’**autorizzazione R3**, Humana gestisce il processo di end of waste volto alla selezione e igienizzazione dei vestiti usati, con l’obiettivo di massimizzarne il riutilizzo. Il servizio di raccolta abiti è svolto da personale debitamente formato a trattare con la massima cura il materiale raccolto, per non deteriorarne la qualità e facilitarne il suo successivo riuso e riciclo. Nel 2024, il **parco veicoli** utilizzato per la raccolta è stato complessivamente di **74 mezzi**, con un incremento del 10,4% rispetto all’anno precedente. Di questi, 5 erano auto e 69 autocarri e furgoni. Di questi ultimi, **67** appartenevano alle **categorie di consumo euro 5 ed euro 6, 1 era elettrico** e 1 di classe inferiore, mantenuto nella flotta per un utilizzo occasionale.

Il contenimento delle emissioni di CO<sub>2</sub> è garantito anche grazie alla massima razionalizzazione delle rotte di svuotamento dei contenitori, gestite tramite strumenti informatici dedicati. Questi strumenti non solo ottimizzano la logistica, ma consentono anche la tracciabilità e la condivisione delle informazioni sul servizio, il monitoraggio delle richieste e delle segnalazioni da parte dei partner.

Nel 2024, Humana ha ricevuto e valorizzato un totale di **27.432.135 chili di abiti** (+16,5% rispetto al 2023); di questi, 27.145.446 chili sono stati raccolti attraverso i contenitori stradali, mentre la restante parte è derivata dalle attività di take back e da altre iniziative, descritte nel capitolo 5 a pag. 140. Nel 2024, oltre 3,9 milioni di cittadini hanno supportato la mission di Humana con i propri vestiti<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Il dato è stato stimato da Humana Italia, considerando il peso medio di un singolo sacchetto di abiti (di dimensioni standard, pari a circa 7 chili) per donatore.

Figura 4 Cosa puoi donare a Humana



## *Economia Circolare e EPR Tessile: il valore degli operatori post consumo tra competenza, innovazione e valori sociali*

Nel 2024 è proseguito il percorso normativo avviato dalle istituzioni europee nel 2018 con il pacchetto sull'economia circolare. L'obiettivo di guidare l'Europa nella transizione verso **nuovi modelli di produzione, consumo e recupero sta coinvolgendo anche il settore tessile**, con i suoi produttori e gli operatori delle filiere post-consumo.

**Humana Italia**, in collaborazione con associazioni di categoria di raccoglitori e selezionatori di cui è membro (Unirao, Assorecuperi, Rete Onu), **ha contribuito attivamente con osservazioni e suggerimenti per affinare le bozze del decreto redatto dal MASE** (Ministero Italiano dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica)\* tra la fine del 2023 e la primavera 2025 per il recepimento italiano della normativa sull'EPR (Responsabilità Estesa del Produttore). Il testo finale, atteso per la fine del 2025, dovrà regolare l'assunzione di responsabilità da parte dei produttori della fase di fine vita di abbigliamento e tessuti in modo da massimizzare il recupero ed evitarne l'ingresso in discarica.



In questo scenario, Humana ha svolto e continua a svolgere un ruolo attivo nell'evidenziare il contributo essenziale che gli **operatori della raccolta, selezione e preparazione per il recupero del tessile** possono dare alla **realizzazione di una vera economia circolare**. Molti di questi attori, con oltre 25 anni di esperienza nel settore, rappresentano un patrimonio di competenze che li rende già parte integrante dei processi di riutilizzo e riciclo.

La grande sfida che l'EPR dovrà affrontare in futuro sarà la capacità di recuperare gli indumenti post-consumo. Sarà quindi essenziale disporre di competenze adeguate e impianti di selezione efficienti per ottimizzare la valorizzazione di tutto ciò che può essere destinato al riutilizzo o eventualmente al riciclo. Diventa quindi fondamentale **investire sulle competenze già acquisite e sugli impianti esistenti**, con un supporto mirato per gestire al meglio questa delicata fase di transizione.



Humana mette a disposizione tutta la propria struttura per la quale ha obiettivi di crescita, sapendo di poter contare su uno staff accuratamente formato e impianti e processi organizzati per minimizzare stoccaggi che possano compromettere la qualità degli indumenti. Dispone inoltre di un Centro di smistamento semi-automatizzato per una selezione industriale dei capi.

La sostenibilità economica, la trasparenza e la tracciabilità, integrati da obiettivi chiari in ambito sociale e ambientale, rappresentano **i pilastri distintivi che Humana offre per contribuire concretamente al successo della circolarità nel settore tessile**.

La "via italiana" dell'EPR risulterà tanto più efficace quanto più solida sarà la **collaborazione tra produttori, enti territoriali e operatori** della raccolta e selezione del tessile post consumo, senza trascurare un adeguato coinvolgimento dei cittadini, sempre sensibili alle finalità sociali della raccolta degli abiti e alla trasparenza di chi la gestisce.

\*Per una ricostruzione più dettagliata dei passaggi normativi inerenti la transizione europea verso un'economia circolare, rimandiamo alle pagine 96 e 97 del [Bilancio di Sostenibilità 2023](#).

Segnaliamo che il trilogato tra Consiglio, Commissione e Parlamento Europei per la definizione delle indicazioni definitive che gli stati membri dovranno recepire in un periodo di 18-30 mesi nelle normative nazionali, si è concluso a settembre 2025.

Le destinazioni degli abiti

Nel 2024, il 54% del totale degli abiti raccolti da Humana Italia è stato selezionato e valorizzato all’interno del circuito dell’Organizzazione in Europa e Africa, mentre la restante parte è stata indirizzata a grossisti esterni, tutti dotati di impianti autorizzati, nel rispetto della normativa vigente nel Paese in cui operano.

La vendita dei prodotti selezionati e del cosiddetto "originale", materiale proveniente direttamente dai contenitori senza alcun processo di cernita, genera le risorse economiche necessarie a coprire i costi di gestione e a garantire stabilità finanziaria ai progetti di cooperazione internazionale e alle attività sociali e ambientali svolte da Humana in Italia.

L’originale è indirizzato a tre destinazioni principali:

A) Impianti smistamento Organizzazioni Humana in Europa

Nel 2024, Humana Italia ha venduto **10.541.332 chili** (+9,6% rispetto al 2023) di vestiti alle Organizzazioni consorelle di Bulgaria, Slovacchia, Lituania, Turchia e Spagna. Questo quantitativo rappresenta il 40,7% dell’"originale" venduto da Humana Italia nell’anno.

B) Clienti esterni al circuito Humana alla rete di Humana, per un totale di 11.074.494 chili

Una parte dei capi è venduta a **clienti esterni alla rete di Humana, per un totale di 11.074.494 chili** (+23,3% rispetto al 2023) nel 2024, pari al 42,7% dell’"originale" venduto nel corso dell’anno. I processi di lavorazione e gli standard qualitativi applicati dagli acquirenti sono verificati da Humana, che in alcuni casi intrattiene con queste aziende rapporti di lunga data, garantendo la regolarità e stabilità dei flussi commerciali e la trasparenza delle filiere.

C) Centro di smistamento di Humana Italia

La restante parte dell’originale è destinata al **Centro di smistamento di Humana Italia** a Pregnana Milanese, dove nel 2024 sono stati selezionati **3.914.552 chili** (+3,7% rispetto al 2023). Il 68,6% (66,7% nel 2023) dei vestiti smistati è stato **riutilizzato** come abbigliamento, mentre il 21,4% dei capi, a causa dell’eccessivo deterioramento, è stato destinato al riciclo (26,6% nel 2023) per il recupero delle fibre.

La restante parte dell’abbigliamento, scarpe e tessuti selezionati, pari al 10% (6,7% nel 2023), non riutilizzabile e non riciclabile, è stata destinata alla **termovalorizzazione**.

Il leggero incremento di quest’ultimo dato è riconducibile alla presenza sempre maggiore di materiale non riutilizzabile nell’abbigliamento in vendita sul mercato, la cui composizione rende difficile anche il riciclo.

C.1) Destinazione riutilizzo. I negozi Humana Vintage e Second Hand in Italia e all’estero

Nel 2024, **738.010 chili** (+6,2% rispetto al 2023) degli indumenti selezionati da Humana a Pregnana Milanese e destinati al riutilizzo sono stati inviati come donazione alle associazioni consorelle in **Malawi, Mozambico e Zambia**, costituendo la categoria Tropical Mix<sup>4</sup>.

La quantità destinata ai **negozi di Humana in Italia e in Europa**, dedicati alla moda vintage (anni '60-2000) e second hand (capi attuali per uomo, donna e bambino) ammontava a **1.100.147 chili** (il 25,5% in più rispetto al 2023).

Alla fine del 2024, Humana contava in Italia un totale di **18 negozi**, suddivisi tra:

↪ **3 negozi Humana People a Torino, Milano e Firenze**, che hanno registrato un incremento del 46,4% delle vendite rispetto al 2023;

↪ **15 negozi Humana Vintage a Torino, Genova, Milano, Verona, Bologna, Firenze e Roma**, le cui vendite hanno registrato un incremento del 13,4% rispetto al 2023.

A questi si affianca lo **Shop Vintage online**, che, pur avendo registrato un lieve calo delle vendite (-7%), ha comunque contribuito a dare visibilità ai negozi fisici verso cui è riuscito a veicolare parte dei clienti.

Gli abiti venduti negli store di Humana provengono prevalentemente dal Centro di smistamento dell’Organizzazione e da aziende

che acquistano l’originale da Humana. La prezzatura dei capi viene effettuata centralmente, al fine di garantire uniformità nei diversi punti vendita e la velocizzazione dei processi operativi all’interno dei negozi.

Gli store **Humana Vintage e Humana People** sono progettati per offrire al cliente un’esperienza di acquisto sostenibile e solidale, anche grazie agli arredi e all’allestimento **realizzati con plastica riciclata**.

L’Organizzazione adotta rigorosi processi interni che garantiscono la cura e la selezione, oltre all’igienizzazione prevista dalla legge, di tutti i capi provenienti dal Centro di smistamento Humana di Pregnana M.se e il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza all’interno dei propri negozi.

C.2) Destinazione riciclo

Nel 2024, sono stati selezionati **920.623 chili** (985.534 chili nel 2023) di materiali non riutilizzabili ma recuperabili nel Centro di Humana, destinati ad **aziende specializzate nella produzione di pezzami a uso industriale o in processi di riciclo degli scarti tessili** (settore in crescita proprio per il raggiungimento degli obiettivi di circolarità), che ne consentono il recupero. A questi si aggiunge una quota di materiale riciclabile non tessile (ad esempio carta o plastica), recuperato dagli addetti alla selezione, che nel 2024 ha raggiunto i 50.762 chili (41.508 chili nel 2023).

Figura 5 Numero di acquisti effettuati nei negozi Humana, calcolato sulla base del numero di scontrini emessi nel corso dell’anno



Tracciabilità e trasparenza: i contenitori non sono tutti uguali!

Le persone che consegnano i propri abiti a Humana trovano sul contenitore le informazioni che permettono la riconoscibilità dell’Organizzazione e il tracciamento della sua filiera:

- ↪ mission
- ↪ recapiti (numero di telefono fisso, indirizzo fisico, riferimenti internet).

Humana Italia mette a disposizione degli stakeholder le informazioni relative alla propria filiera anche sul sito dedicato (in aggiunta a quello istituzionale) [↪raccoltavestiti.humanaitalia.org](https://raccoltavestiti.humanaitalia.org).

In caso di richieste specifiche è possibile **mettersi in contatto con Humana** tramite i canali Social, oppure via e-mail: [↪commerciale Raccolta@humanaitalia.org](mailto:commerciale Raccolta@humanaitalia.org).

<sup>4</sup> La categoria comprende indumenti e tessuti adeguati a rispettare le usanze, il clima e i costumi locali dei paesi di destinazione. Humana Italia, grazie a costanti confronti con le Organizzazioni africane consorelle, invia quantità e tipologia di capi rispondenti alla domanda delle comunità locali. I vestiti giunti ai centri di smistamento in Africa sono selezionati in ulteriori sottocategorie da personale dipendente delle consociate di Humana, che li vendono nei propri negozi o attraverso canali locali (piccoli commercianti o grossisti che li rivendono anche in zone rurali), generando un circuito virtuoso che permette la creazione di fondi per i progetti di sviluppo attivi localmente e un importante contributo ambientale e occupazionale.

Humana, pur considerando il **riutilizzo** come obiettivo **prioritario, come peraltro previsto dalle direttive europee** (in particolare dall'EPR – Responsabilità Estesa del Produttore), guarda con interesse ai processi di riciclo, che permettono di recuperare i filati con il minor impatto ambientale.

Tutti i processi di selezione dell'Organizzazione includono, infatti, la preparazione per il riutilizzo e quella per il riciclo. Quest'ultimo, soggetto ancora ad ampie possibilità di sviluppo, rappresenta una delle principali sfide per il settore tessile nei prossimi anni. Per contribuire alla sua crescita, Humana da tempo è parte attiva di alcuni progetti pilota.

Da luglio 2020, grazie alla partnership con Filatura Astro, l'Organizzazione partecipa al **Programma PCR** (Post-Consumer Recycled) di Candiani Denim, finalizzato alla realizzazione di prodotti derivanti dal denim rigenerato a partire da vecchi jeans. Humana raccoglie, pretratta e prepara i jeans che vengono inviati a Filatura Astro che, attraverso un processo ecosostenibile, ottiene un filato rigenerato, miscelato poi con fibre organiche da Candiani Denim per produrre capi nuovi.

A fine 2024, Humana ha inoltre avviato una partnership con **Haiki+ e Igers**, aziende specializzate nel recupero di rifiuti, per creare soluzioni innovative che valorizzino i rifiuti tessili post-consumo e gli scarti industriali del settore moda.

L'Organizzazione ha aderito al **protocollo d'intesa della Regione Piemonte** per la costituzione del primo Recycling Hub italiano nel settore tessile. Successivamente, ha preso parte a un progetto di analisi del materiale raccolto da Humana nella provincia di Biella, con l'intento di valutare la possibilità di avviare un centro di riciclo in questo territorio, storicamente legato alla lavorazione dei tessuti.

Infine, Humana ha partecipato al progetto di ricerca intitolato **Fate and Composition of Textile Waste from Italy, the Czech Republic and Romania** pubblicato nel 2025 dal JRC (Joint Research Centre), l'Organo tecnico della Commissione Europea, riguardante la gestione dei tessuti dismessi in queste aree. Nel 2024, Humana Italia ha partecipato al lavoro di analisi di una parte degli indumenti raccolti per conoscerne la composizione e individuarne la destinazione più appropriata.

L'obiettivo finale di questa iniziativa è massimizzare la valorizzazione dei materiali raccolti.

**C.3) Destinazione termovalorizzazione**  
Dopo un'attenta selezione, nel 2024, il **10%** (6,7% nel 2023) del totale smistato **è stato destinato alla termovalorizzazione**.

Questa quota comprende materiali non tessili e capi le cui condizioni di deterioramento rendevano impossibile sia il riutilizzo sia il riciclo.

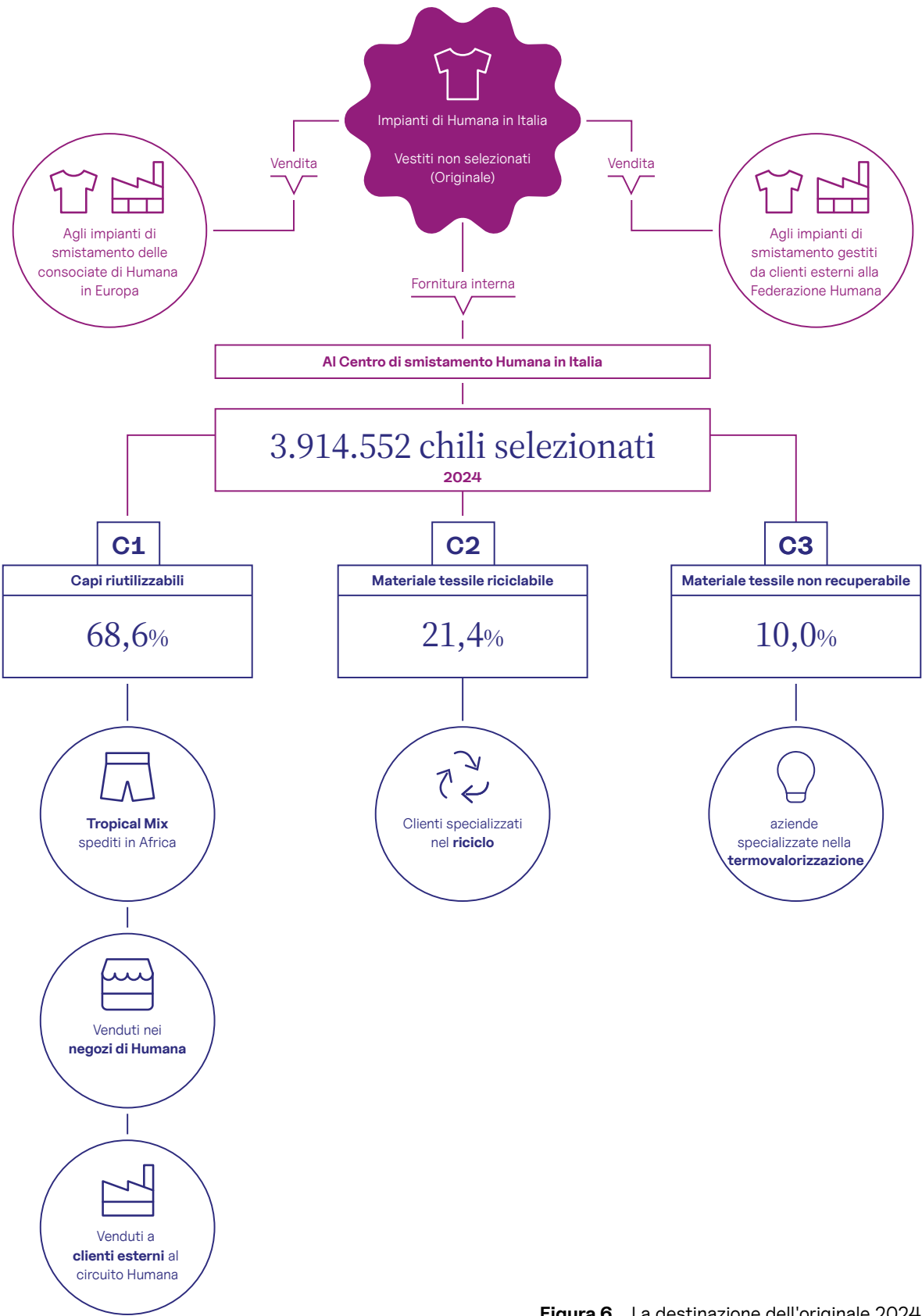


Figura 6 La destinazione dell'originale 2024

3.3 GLI IMPATTI POSITIVI DELLA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI DI HUMANA

(GRI 2-4; 3-3; 203-2)

Mettiamo in pratica l'economia circolare: riutilizzo e riciclo a tutela dell'ambiente

Humana Italia contribuisce alla circolarità del consumo di indumenti **promuovendo il riutilizzo e il riciclo** della maggior parte degli abiti raccolti (68,6% riutilizzo e 21,4% riciclo nel 2024).

Il riuso avviene principalmente attraverso i **negozi Humana** e l'**invio di capi in Africa**, generando un impatto sociale significativo, come descritto nei capitoli 4 e 5 del presente documento.

Inoltre, questa pratica ha un **importante beneficio ambientale**, contribuendo al **risparmio di emissioni di CO<sub>2</sub> equivalente** e alla **riduzione del consumo di acqua**.

La stima dell'**impatto positivo del riutilizzo** di un abito rispetto alla creazione di un indumento nuovo in termini di Carbon Footprint, deriva da uno studio effettuato dalla Federazione Internazionale Humana People to People<sup>5</sup>.

Una stima degli **effetti positivi derivanti dal riciclo** e dell'avvio alla **termovalorizzazione**, evitando l'invio in discarica dei capi non più riutilizzabili, è calcolata sulla base dei fattori di emissione pubblicati dal Dipartimento dell'ambiente, dell'alimentazione e degli affari rurali del governo del Regno Unito<sup>6</sup>.

Grazie ai 27.432.135 chili di indumenti raccolti nel 2024, Humana Italia ha contribuito ad evitare le emissioni di **157 mila tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti**, pari all'azione di **1,6 milioni di alberi** (si fa riferimento alla capacità di assorbimento media annua di CO<sub>2</sub> di un acero campestre, specie presente in tutte le aree in cui Humana effettua il servizio di raccolta abiti, secondo i dati del CNR di Bologna), di cui:

- ↪ **152,9 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>** connesse alla quota di abiti destinati al riutilizzo;
- ↪ **2,8 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>** connesse agli abiti inviati al riciclo;
- ↪ **1,3 mila tonnellate di CO<sub>2</sub>** connesse alla termovalorizzazione degli abiti né riutilizzabili, né riciclabili.

Se l'attività di raccolta abiti di Humana comporta un risparmio di emissioni di CO<sub>2</sub>, essa richiede comunque una logistica su gomma, che nel 2024 ha generato un'emissione di 836.954 chili di CO<sub>2</sub>. L'**impatto positivo netto** sulle emissioni di anidride carbonica, considerando il risparmio derivante dall'attività di raccolta, risulta quindi pari a **156,2 mila tonnellate**.

Il riutilizzo e il riciclo di prodotti tessili usati contribuiscono anche al risparmio di acqua. Quest'ultima è necessaria non solo per la coltivazione delle fibre (ad esempio, il cotone) ma anche per la loro produzione e lavorazione.

Il quantitativo di acqua impiegata può variare significativamente in base al tipo di filato, alla sua provenienza geografica, nonché ai metodi di coltivazione e lavorazione. Pertanto, è difficile

fornire una stima precisa del risparmio di acqua. Secondo il criterio di calcolo utilizzato nel Bilancio di Sostenibilità 2023, che assume una composizione ipoteticamente uniforme della raccolta di abiti (composta principalmente da t-shirt in cotone da 250 grammi), il risparmio di acqua nel 2024 sarebbe pari a oltre 187 miliardi di litri. Tuttavia, dato che una parte degli abiti raccolti da Humana Italia include fibre diverse dal cotone, il reale impatto idrico risulta complesso da determinare con precisione.

Gli abiti diventano risorse per i progetti sociali nel mondo e in Italia

Nel 2024, il 66% (88% nel 2023) dei proventi utilizzati per i progetti di cooperazione internazionale (si veda pag. 105.) proveniva dalla valorizzazione dei vestiti usati (il dato include gli indumenti inviati in Africa e quelli venduti al dettaglio e all'ingrosso in Europa).

La ricaduta sociale della raccolta degli abiti usati di Humana riguarda anche il territorio italiano dove Humana gestisce gli Orti 3C, l'Educazione alla Cittadinanza Globale e attività di sensibilizzazione sui temi della circolarità e sostenibilità (si veda capitolo 5).

Risparmio economico derivante dal servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti

Humana Italia realizza il proprio servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati in collaborazione con comuni, consorzi e utilities. Le Pubbliche Amministrazioni, e quindi i cittadini, beneficiano di un risparmio economico legato al mancato conferimento in discarica dei capi raccolti. Il servizio di Humana, grazie alle convenzioni in essere, contribuito al **risparmio di 5,4 milioni di euro** solo nel 2024<sup>7</sup>.

Creazione di nuovi posti di lavoro

La filiera di Humana consente di creare **nuovi posti di lavoro**. Il costo complessivo dei salari e stipendi dei **collaboratori di Humana Italia** (Humana scarl e Humana onlus) corrispondeva a **10.788.187 euro** nel 2024 (8.871.079 euro nel 2023). La **ricaduta occupazionale** si è estesa anche a **Malawi, Mozambico e Zambia**, grazie alla spedizione di capi come Tropical Mix (si veda nota 4, pag. 94.) alle Organizzazioni consorelle locali. Queste gestiscono filiere che partono dalla selezione dei vestiti ricevuti per proseguire con la vendita nei negozi e a piccoli commercianti del posto. Indirettamente, la gestione degli abiti raccolti in Italia contribuisce a **creare posti di lavoro anche in Europa**, in particolare presso i Centri di smistamento e i negozi delle Organizzazioni consorelle di Humana e di aziende esterne al circuito dell'Organizzazione.

<sup>5</sup> Segnaliamo che il dato risulta da un criterio di calcolo diverso da quello utilizzato nel Bilancio di Sostenibilità 2023 (pag. 98). La scelta è motivata dalla necessità di uniformare tale conteggio a quello impiegato dai membri della Federazione Humana People to People per rilevare l'impatto ambientale positivo, in termini di CO<sub>2</sub> equivalente, derivante dalla raccolta degli abiti usati. Gli elementi che compongono la formula finale derivano da quanto segue:  
↪ si considera solo la fase di produzione dei tessili in quanto, secondo lo studio del 2014 "Environmental Improvement Potential of textiles (IMPRO Textiles)" pubblicato da JRC, l'Organo tecnico della Commissione Europea, questa impatta sull'ambiente per il 51% dell'intero ciclo di vita del prodotto. Le fasi successive di utilizzo, trasporto e scarto finale sono simili per i prodotti nuovi e quelli usati;  
↪ considerata la produzione mondiale di tessile, secondo lo studio "A new textiles economy: redesigning fashion's future" (Ellen MacArthur Foundation, 2017) la produzione di CO<sub>2</sub> equivalente per ogni chilo di fibra tessile prodotta è di 16,9 chili;  
↪ il Replacement Rate, ovvero la capacità di un capo usato di sostituirsi a uno nuovo, evitandone quindi la produzione, è calcolato in modo differenziato tra Europa e Africa/Asia. Il dato finale di 48,1% è ottenuto dalla media ponderata dei parametri individuati in alcuni studi menzionati nel documento "[CO<sub>2</sub> conversion factor](#)" e considera che gli abiti raccolti da Humana in Europa sono riutilizzati per 1/3 in Europa e 2/3 in Africa e Asia.  
Il risparmio totale di emissioni di CO<sub>2</sub> equivalenti a cui Humana Italia ha contribuito deriva quindi dalla seguente moltiplicazione: indumenti raccolti \* la percentuale di riutilizzo \* replacement rate \* il fattore di emissione di CO<sub>2</sub>, pari a 27.432.135 chili \* 68,6% \* 48,1% \* 16,9.  
<sup>6</sup> Conversion factors 2023 - Foglio "material use", DEFRA.

<sup>7</sup> Il calcolo è effettuato da Humana Italia, considerando i costi medi di smaltimento (0,20 euro/kg) presso i centri di raccolta differenziata in Italia.

3.4 L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI

(GRI 3-3; 301-1; 301-2; 305-1; 305-2)

La tutela ambientale nel caso di Humana si concretizza attraverso canali differenti ma integrati fra loro: la raccolta degli abiti, la gestione di orti di comunità che promuovono un’agricoltura biologica e le iniziative di sensibilizzazione.

Queste, rivolte soprattutto ai giovani ma condotte anche in contesti aziendali e convegnistici, sono accompagnate e integrate da una comunicazione che informa e sollecita all’attivazione.

Tutto ciò nasce ed è condotto in piena coerenza con i Sustainable Development Goals dell’ONU (si veda pag. 26), in particolare con il 12 inerente “Il consumo e la produzione responsabili” e il 13 riguardante le “Azioni di lotta al cambiamento climatico”.

**Emissioni e consumi di Humana**

Le molteplici attività dell’Organizzazione comportano **emissioni** di CO<sub>2</sub> e consumi energetici. Per contenere le prime, Humana rinnova costantemente la flotta di automezzi impiegati per la raccolta degli abiti (si veda pag. 90) e gestisce con la massima razionalità i tragitti che questi compiono quotidianamente.

Nel 2024, le emissioni di Humana Italia sono state pari a **836.954 chili di CO<sub>2</sub>** (780.982 nel 2023). I consumi, invece, afferiscono all’impiego di plastica e alle utenze di metano, acqua ed elettricità.

L’impegno di Humana nella **riduzione del consumo di plastica** ha riguardato soprattutto l’utilizzo dei balloni per l’insaccamento. Pur avendo aumentato il consumo del 7,5% rispetto al 2023 (arrivando a 72.284 chili di balloni, dai 67.200 chili del 2023), l’incidenza rispetto ai chili di abbigliamento raccolti si è mantenuta costante (0,002 chili di balloni per chilo di capi).

Il mantenimento del livello di efficienza, pur a fronte dell’aumento del consumo, non è l’unico dato positivo: è cresciuta, infatti, la quota di materiale riciclato. I balloni sono composti parzialmente da polipropilene riciclato.

In particolare: 35.896 chili erano composti al 25% da materiale riciclato e 36.388 chili al 30%. Ciò ha permesso di **evitare l’utilizzo di 19.890 chili di plastica vergine** (+70% rispetto al 2023).

Nel dettaglio, la quota di plastica proveniente da riciclo è passata dal 17,5% del 2023 al 27,5% nel 2024. A fine 2024, è stato inoltre introdotto, nella sede di Pregnana Milanese, un nuovo metodo di trasporto degli indumenti raccolti dai contenitori stradali, impiegando carrelli che non necessitano di balloni.

In merito ai consumi derivanti dalle utenze delle sei sedi, dei 18 negozi e dei 3 Orti 3C, segnaliamo che risulta parziale, e quindi non rendicontabile nel suo complesso, il dato relativo all’utilizzo di **gas metano**, in quanto i consumi dei punti vendita Humana Vintage e Humana People sono inclusi in quelli condominiali degli stabili di appartenenza e non disponibili in termini di metri cubi utilizzati.

Il **consumo di acqua** risulta limitato ai soli servizi igienici sia nei negozi sia nelle sei sedi operative. Il maggior consumo è riconducibile alle attività degli Orti 3C: sono stati 2.324 i metri cubi utilizzati nel 2024 dall’Orto di Cornaredo e possiamo approssimativamente considerare simili quelli di Vighignolo. In quest’ultimo caso i consumi effettivi non sono noti all’Organizzazione in quanto fatturati al Comune di Settimo Milanese, proprietario del terreno.

Il consumo complessivo di **energia elettrica** è stato di 541.485 kwh nel 2024 (436.378 kwh nel 2023). Risulta infine nulla l’emissione di gas da parte dell’impianto di raffrescamento di Pregnana Milanese.



NEGOZI al 31.12.2024

- MILANO**  
4 Negozi Humana Vintage  
1 Negozio Humana People
- TORINO**  
2 Negozi Humana Vintage  
1 Negozio Humana People
- VERONA**  
1 Negozio Humana Vintage
- ROMA**  
4 Negozi Humana Vintage

- GENOVA**  
1 Negozio Humana Vintage
- BOLOGNA**  
2 Negozi Humana Vintage
- FIRENZE**  
1 Negozio Humana Vintage  
1 Negozio Humana People



SEDI OPERATIVE al 31.12.2024

- PROVINCIA DI MILANO**  
1 Sede operativa  
a Pregnana Milanese
- TORINO**  
1 Filiale
- BRESCIA**  
1 Filiale
- ROVIGO**  
1 Filiale
- TERAMO**  
1 Filiale
- GENOVA**  
1 Filiale

4

PROGETTI  
SOCIALI  
NEL MONDO

IMPATTI CONCRETI  
PER UN FUTURO  
SOSTENIBILE



4.1

# L'approccio di Humana

(GRI 413-1)

I progetti sociali di Humana Italia sono suddivisi tra cooperazione internazionale e attività di promozione ambientale e sociale nel nostro Paese (si veda capitolo 5).

In entrambi i casi, la metodologia d'intervento in ambito sociale di Humana è caratterizzata da alcuni tratti distintivi:

↪ **rilevazione dei bisogni:** tutto ha inizio dall'ascolto e dall'osservazione. La conoscenza e lo studio approfondito del contesto geografico, sociale e culturale, l'esperienza più che quarantennale e il coinvolgimento di beneficiari, istituzioni e stakeholder, portano alla formulazione di una risposta condivisa e calibrata sulle esigenze delle comunità o dei destinatari dei progetti;

↪ **creazione di modelli declinabili:** Humana opera creando modelli d'intervento che, nati dall'esperienza sul campo e successivamente formalizzati, sono in grado sia di adattarsi alle diverse realtà sia di affrontare le necessità specifiche;

↪ **l'approccio olistico:** gli interventi prevedono uno sviluppo integrato e ampio delle comunità e dei beneficiari coinvolti, grazie anche alla multidisciplinarietà del metodo di progettazione;

↪ **l'orizzonte temporale:** il medio e lungo periodo, talvolta anche lunghissimo, rappresenta l'arco temporale per l'attuazione dei progetti, che possono anche trasformarsi in operations permanenti (si pensi, ad esempio, alla maggior parte delle scuole

professionali e magistrali, avviate all'inizio degli anni '90). Questo approccio consente un reale radicamento, una maggiore acquisizione di strumenti da parte dei beneficiari e il conseguente consolidamento dei cambiamenti;

↪ **sostenibilità:** grazie all'eterogeneità dei finanziamenti e alla sinergia tra i contributi riconosciuti da stakeholder esterni e l'autofinanziamento derivante dall'attività di raccolta e vendita degli abiti usati, Humana riesce a garantire la stabilità nel tempo della parte strutturale dei progetti, raggiungendo così gli obiettivi strategici prefissati e gestendo in maniera più flessibile le attività collaterali;

↪ **trasparenza:** i progetti sono rendicontati e i bilanci di Humana Italia e delle Organizzazioni consorelle sono certificati da società di revisione. Humana Italia effettua monitoraggi annuali di cui diamo notizia su questo documento e sulla Relazione della Mission di Humana onlus (questo, come i bilanci di onlus e coop e il presente Bilancio di Sostenibilità sono disponibili nella sezione Trasparenza di ↪[humanaitalia.org](https://www.humanaitalia.org)).

## 4.2 COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

(GRI 203-1; 203-2)

Nel 2024, la Federazione Internazionale Humana People to People (si veda pag. 40) ha coordinato la realizzazione di **1.831 progetti e programmi in 16 Paesi** di Africa, Asia e America Latina.

Gli interventi sono stati implementati grazie alla collaborazione tra Organizzazioni membri di Europa e Stati Uniti e quelle attive localmente.

Queste ultime sono enti nazionali indipendenti il cui personale è costituito prevalentemente da risorse locali. L'Ufficio Cooperazione Internazionale di Humana Italia elabora progetti e richieste di finanziamento in sinergia con PTEU, l'ufficio congiunto di progettazione di Humana in Europa, e con le Organizzazioni consorelle attive nei territori d'interesse.

Sin dalla fase di rilevazione dei bisogni e individuazione delle modalità operative più idonee, Humana Italia mette a disposizione le proprie competenze e risorse. Una volta trovata un'opportunità di finanziamento, questa viene condivisa con l'Organizzazione in loco per formulare la migliore strategia progettuale.

Per garantire agli interventi alti livelli di sostenibilità, ownership locale e riscontri positivi, Humana ritiene essenziale il coinvolgimento attivo delle comunità e degli stakeholder locali, attraverso la mobilitazione delle persone e la valorizzazione di risorse e conoscenze già presenti nei territori.

I destinatari degli interventi sociali non sono quindi considerati beneficiari passivi ma veri e propri attori del cambiamento, capaci di contribuire in modo significativo alla progettazione, attuazione e sostenibilità degli interventi.

Il radicamento territoriale delle Organizzazioni partner associate alla Federazione Internazionale Humana garantisce una relazione diretta e continuativa con le comunità, contribuendo a costruire progetti condivisi, inclusivi e orientati all'autonomia. In questo modo, l'impatto generato non si limita ai risultati di breve termine, ma si traduce in percorsi di sviluppo duraturi e realmente trasformativi.

Gli ambiti d'intervento sono quattro: Istruzione, Sviluppo Comunitario, Agricoltura sostenibile e Ambiente e Salute. Tutti tengono conto delle priorità indicate dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Particolare attenzione è rivolta alla capacità delle comunità, in particolare quelle rurali, di adattarsi

ai cambiamenti climatici, i cui effetti, come alluvioni, siccità ed erosione, possono avere conseguenze spesso irreversibili.

Al fine di monitorare l'andamento dei progetti sostenuti, nel 2024 lo staff italiano ha effettuato **due viaggi di missione:** il primo si è svolto a marzo in India per monitorare il progetto "NeTT a lezione di futuro: intervento di supporto al sistema educativo indiano", realizzato anche grazie al contributo di Fondazione San Zeno (si veda pag. 112).

Il secondo ha avuto luogo a settembre in Brasile per verificare l'andamento del progetto "Marajó intraprendente: sviluppo professionale per giovani e donne brasiliane" cofinanziato dal Fondo di Beneficenza e opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo (si veda pag. 117).

In questa occasione è stato possibile visitare anche il progetto "Empower Itapagipe: percorsi per accrescere l'occupabilità in Brasile", anch'esso cofinanziato da Fondazione San Zeno (si veda pag. 117).

A supporto delle attività di cooperazione internazionale, nel 2024 Humana Italia ha erogato donazioni per un importo complessivo di 1.138.606,49<sup>1</sup> euro, di cui:

↪ 11.384,81 euro riconosciuti alla Federazione Internazionale Humana People to People per il coordinamento e la gestione delle attività condotte dalle associazioni membri, tra cui Humana Italia;

↪ 1.127.221,68 euro assegnati ai progetti di sviluppo.

<sup>1</sup> **Confronto tra Bilancio esercizio onlus e Tabella 1**  
Nel 2024, l'erogazione finanziaria di Humana Italia a favore dei progetti è stata pari a 1.138.606,49 euro. L'importo è composto da 1.128.606,49 euro inclusivi dell'accantonamento di competenza economica relativo al 2023 di 21.531,01 euro, utilizzati per i progetti descritti nelle seguenti pagine, e da 10.000 euro accantonati dalla Federazione Internazionale Humana People to People per il 2025. Il valore di competenza economica dell'anno 2024 riportato alla voce "Comunità e progetti sociali nel mondo" nella Tabella 2 di pag. 57 risulta invece pari a 1.226.477,00 euro che include, oltre alle donazioni destinate ai progetti delle Organizzazioni consorelle di Humana, l'importo del 5x1000 accantonato per il 2025.

Ai fondi assegnati ai progetti vanno sommati 21.531,01 euro, inviati da Humana Italia alla Federazione nel 2023 e utilizzati nel 2024.

L'importo complessivamente destinato alla realizzazione diretta dei progetti di sviluppo nel 2024 ammonta quindi a 1.148.752,69 euro (-39,22% rispetto al 2023); di questi, 10.000 euro elargiti dal partner AlSCO, sono stati inviati al progetto Farmer's Club Guto (Zimbabwe) a fine dicembre 2024 e saranno utilizzati nel 2025. La presente rendicontazione riguarda 24 progetti per cui sono stati utilizzati 1.138.752,69 euro, ripartiti nei seguenti ambiti:

- ↳ **Istruzione:** 711.578,06 euro;
- ↳ **Salute:** 298.502,97 euro;
- ↳ **Agricoltura sostenibile e ambiente:** 74.909,93 euro;
- ↳ **Progetto pilota raccolta abiti India:** 63.761,73 euro.

I progetti destinatari delle donazioni sono stati realizzati in 9 Paesi: **Angola, Brasile, Ecuador, India, Malawi, Mozambico, Repubblica Democratica del Congo, Zambia e Zimbabwe** (le attività del Farmers' Club Guto in Zimbabwe saranno rendicontate nel Bilancio di Sostenibilità del prossimo anno).

I contributi economici riconosciuti ai progetti sono provenuti da tre fonti: l'invio e la valorizzazione economica degli abiti in Africa, che nel 2024 è rimasta stabile rispetto al 2023; i finanziamenti ricevuti da enti, partner e cittadini, sostanzialmente raddoppiati (si veda Tabella 2) e dalla vendita degli abiti in Europa. Questa, ridotta a causa della contrazione che ha colpito questo mercato (rimandiamo al capitolo 3, pag. 53, per un commento completo), ha ridotto di circa il 40% la capacità di sostegno ai progetti di sviluppo.

| Tabella 1                            | Contributi utilizzati per i progetti di sviluppo, per ambiti di intervento (valori in euro) |              |              |                |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|----------------|
|                                      | 2022                                                                                        | 2023         | 2024         | var. 2023-2024 |
| Istruzione                           | 687.984,14                                                                                  | 1.008.533,51 | 711.578,06   | -29,44%        |
| Salute                               | 305.177,99                                                                                  | 568.751,99   | 298.502,97   | -47,52%        |
| Sviluppo comunitario                 | 184.195,70                                                                                  | 157.932,71   | -            | -              |
| Agricoltura sostenibile e ambiente   | 10.190,29                                                                                   | 103.266,03   | 74.909,93    | -27,46%        |
| Aiuti umanitari                      | -                                                                                           | 51.736,88    | -            | -              |
| Progetto pilota raccolta abiti India | -                                                                                           | -            | 63.761,73    | -              |
| Totale per ambiti di intervento      | 1.187.548,12                                                                                | 1.890.221,12 | 1.148.752,69 | -39,23%        |

G4-NGO8 NGO Sector Disclosures

| Tabella 2                | Donazioni per categoria di donatori (valori in euro) |            |            |                |
|--------------------------|------------------------------------------------------|------------|------------|----------------|
|                          | 2022                                                 | 2023       | 2024       | var. 2023-2024 |
| Individui*               | 45.154,10                                            | 36.507,00  | 35.403,00  | -3,0%          |
| Istituzioni e fondazioni | 92.750,00                                            | 216.777,00 | 542.811,00 | 150,4%         |
| Aziende                  | 39.834,00                                            | 96.742,00  | 151.758,00 | 56,9%          |
| Altre donazioni          | 500,00                                               |            |            |                |
| Totale                   | 178.238,10                                           | 350.026,00 | 729.972,00 | 108,5%         |

\* La quota individui Include il 5 per mille

Nelle pagine seguenti sono descritti i progetti sostenuti da Humana Italia nel 2024.

Per necessità di sintesi, riportiamo le principali informazioni testuali e alcuni risultati e outcome (nelle tabelle).

Chi fosse interessato ad avere maggiori informazioni può contattare l'Ufficio Cooperazione Internazionale di Humana Italia all'indirizzo [progetti@humanaitalia.org](mailto:progetti@humanaitalia.org).





# Enti finanziatori 2024

| Partner                                                                           | Progetti sostenuti                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FONDAZIONE SAN ZENO                                                               | A lezione di futuro: intervento di supporto al sistema educativo indiano nello Stato di Bihar in India (si veda pag. 112)<br>Empower Itapagipe: percorsi per accrescere l'occupabilità in Brasile (si veda pag. 117)                                                                      |
| OTTO PER MILLE DELLA CHIESA VALDESE                                               | Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 1)<br>Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 2) in Repubblica Democratica del Congo (si veda pag. 122) |
| WOOLRICH OUTDOOR FOUNDATION                                                       | Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 1)<br>Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 2) in Repubblica Democratica del Congo (si veda pag. 122) |
| SCOUT                                                                             | Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 2) in Repubblica Democratica del Congo (si veda pag. 122)                                                                                                                    |
| FONDO DI BENEFICENZA ED OPERE DI CARATTERE SOCIALE E CULTURALE DI INTESA SANPAOLO | Marajó intraprendente: sviluppo professionale per giovani e donne brasiliane (si veda pag. 117)                                                                                                                                                                                           |
| ALSCO                                                                             | Farmers' Club di Gutu in Zimbabwe (si veda pag. 106)                                                                                                                                                                                                                                      |
| LG COREA                                                                          | Cosmetology Course in Malawi (si veda pag. 116)                                                                                                                                                                                                                                           |



## Istruzione

Contributo economico complessivo:

**711.578,06 euro**

Nel 2024, Humana Italia ha sostenuto interventi di formazione magistrale, formazione professionale e istruzione primaria in Brasile, Ecuador, India, Malawi, Mozambico e Zambia. I risultati ottenuti nel 2024 sono riportati nelle tabelle delle pagine seguenti.

### Formazione magistrale

Nei diversi Paesi in cui le associate alla Federazione Humana offrono formazione magistrale, l'obiettivo generale è quello di contribuire al miglioramento della qualità dell'istruzione primaria, attraverso una preparazione moderna dei futuri insegnanti e di quelli già in attività. Nel 2024, Humana ha sostenuto 3 scuole magistrali (2 in Mozambico e 1 in Malawi) e i programmi di formazione magistrale in India.

Gli **istituti magistrali**, tutti collegi in cui gli studenti risiedono, offrono una formazione di due o tre anni, in accordo con i programmi ministeriali nazionali. L'approccio metodologico pone lo studente al centro del proprio processo di apprendimento: la formazione non è quindi erogata solo frontalmente ma anche attraverso l'uso autonomo di strumenti online e le esperienze pratiche, di ricerca e scambio.

I futuri maestri vengono preparati a operare soprattutto in aree rurali, dove dovranno garantire ai bambini un'istruzione di qualità nonostante gli scarsi mezzi a disposizione.

In queste aree, gli insegnanti avranno, inoltre, un ruolo educante anche nelle comunità che circondano le scuole in cui opereranno.

Gli studenti ricevono formazione teorica e pratica, sia per le materie generaliste sia per quelle d'indirizzo; una parte dell'ultimo anno è dedicata al tirocinio che gli studenti svolgono presso scuole primarie.

In **Mozambico** Humana Italia ha sostenuto le scuole magistrali di **Inhambane** e **Tete**, gestite dall'Organizzazione consorella locale ADPP Mozambico con un programma triennale.

La prima, dalla sua fondazione nel 2006, ha fatto diplomare 1.405 studenti (si veda scheda di approfondimento a pag. 114).

La seconda, dall'avvio delle proprie attività nel 2007, ha fatto diplomare 1.714 studenti.

Entrambe le scuole gestiscono un programma di networking per gli ex studenti divenuti insegnanti, allo scopo di supportarli per gli aspetti più tecnici dell'attività d'insegnamento e facilitare lo scambio d'informazioni.

In **Malawi**, Humana Italia ha contribuito alle attività della scuola magistrale di **Amalika**, in collaborazione con l'Organizzazione consorella DAPP Malawi. L'istituto, che dal 2009 ha fatto diplomare 698 studenti (nel 2024 non era presente una classe da diplomare a causa del fermo delle iscrizioni nel 2021 dovuto al Covid-19) è particolarmente impegnato nella formazione dei cosiddetti "Another kind of teachers". La necessità, infatti, è quella di far in modo che i futuri insegnanti siano in grado di applicare metodi pedagogici moderni in contesti rurali, dove risulta necessaria anche la capacità di relazione con le famiglie e la comunità: l'istruzione, la salute, la nutrizione e l'intero sviluppo del bambino dipendono, infatti, dall'adesione degli adulti all'intero programma educativo.

“Mi sono diplomato a fine 2024 nella scuola magistrale di Tete. Questo istituto mi ha aiutato per la mia professione, soprattutto perché mi ha permesso di acquisire molta esperienza anche durante la fase di studio. Grazie a questo approccio mi sento in grado di lavorare come maestro di una scuola rurale, senza timore di affrontare le difficoltà. Sono felice del mio lavoro anche se mi manca l'atmosfera della scuola, i miei compagni e gli insegnanti.

Sainete Antonio Sainte



Nel 2024 la scuola ha raccolto 78 nuove iscrizioni.

In **India**, il supporto di Humana Italia ha riguardato gli interventi implementati dall’Organizzazione consorella locale con lo scopo, da un lato, di migliorare la formazione degli insegnanti delle scuole primarie e, dall’altro, di favorire il rientro a scuola dei bambini esclusi dai percorsi scolatici, oltre a colmare le lacune formative dei bambini con un’istruzione carente. I programmi attuati per raggiungere tali scopi sono i seguenti:

↪ **Necessary Teacher Training** (NeTT): un pacchetto formativo biennale, teorico e pratico, rivolto a studenti delle scuole magistrali statali (DIET - District Institute of Education and Training). I futuri insegnanti di scuola elementare vengono formati ad adottare metodi pedagogici innovativi e inclusivi;

↪ **Supporto agli School Complex:** raggruppamenti di scuole di una stessa area, in cui Humana interviene attraverso la formazione continua e l’aggiornamento delle competenze didattiche di insegnanti in servizio;

↪ **Supporto ai DIET:** rivolto ai docenti di queste scuole, con attività di formazione sul programma NeTT e sugli aspetti amministrativi e organizzativi;

↪ **Kadam step up:** programma ideato per promuovere il reinserimento scolastico (in istituti primari e secondari) dei cosiddetti Out-of-School-Children, ovvero bambini e ragazzi che hanno interrotto gli studi per diverse ragioni;

↪ **Kadam+:** intervento di affiancamento rivolto a bambini con difficoltà scolastiche, attivo negli istituti primari statali;

↪ **Sambhavana:** progetto destinato ai ragazzi tra gli 11 e i 14 anni che non frequentano la scuola, a cui è offerta una formazione accademica ed esperienziale per facilitare l’accesso alla scuola secondaria o l’ingresso nel mondo del lavoro in condizioni dignitose;

↪ **Samarth:** pensato per offrire alle ragazze che frequentano le classi dal sesto al decimo grado supporto didattico e competenze trasversali, utili per accedere alla scuola secondaria o per frequentarla con profitto;

↪ **Preschool of the future** (asili): programma che fornisce linee guida su istruzione, nutrizione, cura e sviluppo dei bambini tra i 3 e i 6 anni. Gli asili sono stati attivati all'interno dei progetti di sviluppo comunitario gestiti da Humana India. Il programma è stato richiesto dallo Stato di Haryana per i propri asili.

Un particolare focus è stato dedicato al progetto **NeTT - A lezione di futuro: Intervento di supporto al sistema educativo indiano**, avviato a maggio 2022 con una durata di 36 mesi, grazie al contributo di **Fondazione San Zeno**. Il progetto è stato realizzato in 12 scuole DIET (scuole magistrali statali) di altrettanti distretti dello stato di Bihar. Nella seconda annualità, conclusasi il 30 aprile 2024, sono stati formati 192 insegnanti (102 uomini e 90 donne), già membri del corpo docente nei 12 DIET coinvolti. L'intervento ha permesso di diffondere il metodo NeTT e di promuoverne l'adozione da parte di docenti ancora legati a modalità didattiche tradizionali. Questi insegnanti, a loro volta, hanno formato 2.100 studenti (futuri maestri), che hanno concluso il proprio percorso biennale nel 2024.

| Paese/progetto                                                                                       | Output                                    | Intero progetto | Quota Italia  | Outcome                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Mozambico</b> |                                           |                 |               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Scuola magistrale Inhambane                                                                          | Nuovi studenti iscritti                   | 40              | 1 (2,15%)     | Aumento della frequenza e dell'apprendimento nelle scuole primarie in cui i nuovi maestri operano                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                      | Studenti diplomati                        | 38              | 1 (2,15%)     | Aumento della frequenza da parte delle bambine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Scuola magistrale Tete                                                                               | Nuovi studenti iscritti                   | 52              | 14 (27,36%)   | Aumento della frequenza e dell'apprendimento nelle scuole primarie in cui i nuovi maestri operano                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                      | Studenti diplomati                        | 54              | 15 (27,36%)   | Aumento della frequenza da parte delle bambine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  <b>Malawi</b>    |                                           |                 |               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Scuola magistrale Amalika                                                                            | Nuovi studenti iscritti                   | 78              | 6 (7,73%)     | Aumento della frequenza e dell'apprendimento nelle scuole primarie in cui i nuovi maestri operano                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|  <b>India</b>     |                                           |                 |               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| NeTT                                                                                                 | Insegnanti formati                        | 8.209           | 8.209 (100%)  | La validità e gli effetti sulla qualità dei programmi di Humana hanno portato alcuni stati indiani a richiederli nei propri istituti. A fine 2024, un accordo siglato con lo stato di Haryana e 5 in fase di rinnovo con gli stati di Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, Chhattisgarh, Maharashtra, Bihar per l'utilizzo dei programmi di Humana negli istituti governativi |
| NeTT+                                                                                                | DIET coinvolte                            | 12              | 12 (100%)     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Kadam step up                                                                                        | Bambini raggiunti                         | 21.033          | 21.033 (100%) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Kadam+                                                                                               | Bambini che hanno terminato il programma  | 28.820          | 28.820 (100%) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Sambhavana                                                                                           | Ragazzi partecipanti                      | 454             | 454 (100%)    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Samarth                                                                                              | Ragazze coinvolte                         | 710             | 710 (100%)    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| NeTT Bihar                                                                                           | Membri del corpo docente dei DIET formati | 192             | 192 (100%)    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

# Escola de Professores do Futuro Tete

Scuola magistrale

## Dove

Manje, nella provincia di Tete – nord est del Mozambico

## Quando

Aperta nel 2007, la scuola magistrale di Tete è una delle 11 scuole gestite dall’Organizzazione consorella di Humana Italia nel Paese africano.

## Enti coinvolti

Ajuda de Desenvolvimento de Povo para Povo Mozambico (ADPP Mozambico), membro della Federazione Internazionale Humana People to People: soggetto esecutore.

Humana Italia: partner e finanziatore.

Humana Lituania: partner e finanziatore.



## Contesto

In Mozambico, il tasso medio di alfabetizzazione è del 60% (CIA - 2020), differenziato tra uomini (72%) e donne (49%). Il tasso scende al 51% nelle aree rurali. Il dato non stupisce se si pensa che l’obbligatorietà dell’istruzione primaria è stata introdotta nel Paese solo nel 2003. Tale provvedimento ha generato un incremento della frequenza sia nel ciclo primario sia in quello secondario, con conseguente pressione sulla richiesta di strutture e insegnanti. Lo stato mozambicano si è quindi visto costretto a inserire nel corpo docente anche persone prive di un’adeguata formazione pedagogica, con inevitabile abbassamento della qualità dell’insegnamento.

## Obiettivo

ADPP, presente nel Paese dal 1982, gestisce scuole magistrali dal 1993, con l’obiettivo di contribuire al miglioramento delle condizioni di vita della popolazione attraverso l’innalzamento del livello d’istruzione, specie nelle zone rurali. A questo scopo offre una formazione pedagogica di qualità ai futuri maestri delle scuole primarie.



## Azioni

Il corso di studi offerto a Inhambane dura 3 anni e propone un percorso intensivo, che impegna profondamente gli studenti grazie all’alternanza tra formazione teorica e pratica (in ogni semestre sono previste da 1 a 8 settimane di tirocinio presso le scuole primarie), sessioni di approfondimento del sabato, attività di manutenzione e pulizia della struttura, iniziative culturali, sportive e formative condotte con e per le comunità circostanti l’istituto. L’offerta formativa include le materie curriculari previste dai programmi ministeriali e materie extracurricolari incentrate sull’acquisizione di competenze particolarmente necessarie in

contesti rurali dove i futuri maestri disporranno di scarsi mezzi (produzione di materiale didattico, creazione di laboratori, capacità di coinvolgimento delle famiglie e delle comunità dei bambini). Ogni classe è suddivisa in sottogruppi che consentono la cooperazione e il supporto agli studenti che presentino lacune o difficoltà. È inoltre prevista l’autoformazione grazie all’impiego di una piattaforma digitale ricca di contenuti utili allo studio e all’approfondimento. La vita degli studenti all’interno della struttura scolastica, in cui risiedono, prevede il loro impegno in attività di gestione della mensa, della cucina, dell’orto scolastico, delle strutture sportive, degli spazi comuni e del verde. Tutto è pensato per preparare i futuri maestri ad affrontare la canonica attività d’insegnamento basata su una solida formazione ma anche per essere pronti per tutte quelle sfide che un contesto rurale può presentare. L’obiettivo è quello di sviluppare al meglio il potenziale dei bambini che formeranno. L’istituto di Tete offre ai neo diplomati che abbiano già assunto il ruolo di maestri un Network di supporto tecnico. Lo scambio di esperienze e informazioni è prevista per gli ex studenti che a loro volta possono coinvolgere anche colleghi che non abbiano svolto gli studi magistrali a Inhambane.

## Risultati

- ↪ 52 iscritti al primo anno (triennio 2024-2026), che al loro arrivo sono stati inseriti in attività di socializzazione e conoscenza organizzate dagli studenti del secondo e terzo anno
- ↪ 53 iscritti al secondo anno (triennio 2023-2025)
- ↪ 54 iscritti al terzo anno (triennio 2022-2024)
- ↪ 54 diplomati
- ↪ 8 sessioni di approfondimento del sabato
- ↪ 6 eventi culturali organizzati (esibizioni teatrali e musicali, di danza, poesia e letteratura)
- ↪ 4 azioni di tutela ambientale (piantumazione di alberi da ombra e da frutta)
- ↪ 39 ex studenti impiegati nelle scuole di 14 distretti della provincia

## Outcome

- ↪ Incremento del numero di docenti formati con metodologie didattiche moderne
- ↪ Cambiamento nell’atteggiamento delle famiglie che, specie nelle zone rurali, sono spesso restie a mandare i propri figli a scuola, nonostante l’obbligo scolastico
- ↪ Aumento della frequenza scolastica e del livello di apprendimento nelle scuole in cui operano i nuovi insegnanti
- ↪ Maggiore partecipazione scolastica delle bambine, tradizionalmente penalizzate rispetto ai coetanei maschi
- ↪ Miglioramento della qualità dell’insegnamento anche tra i docenti che non hanno studiato presso l’istituto di Tete, grazie alla partecipazione al Network di supporto tecnico

Formazione professionale

In **Mozambico**, Humana Italia ha sostenuto l’**Istituto Politecnico di Nacala** attraverso il programma di sostegno a distanza. Fondato nel 1994, l’Istituto offre corsi professionali triennali per ragazzi di età compresa tra i 15 e i 25 anni con specializzazioni in agricoltura e allevamento, edilizia, business e amministrazione, turismo e accoglienza alberghiera. Nel corso degli anni, l’Istituto Politecnico ha permesso a 1.533 studenti di diplomarsi, favorendo il loro inserimento nel mercato del lavoro grazie a una solida formazione costantemente migliorata negli anni. La scuola collabora attivamente con partner locali e internazionali, oltre che con il Ministero della Scienza e della Tecnologia mozambicano. Nel 2024, gli studenti iscritti alle tre annualità erano 153, di questi 34 si sono diplomati nel corso dell’anno.

In **Malawi**, Humana Italia ha sostenuto la **Scuola Professionale di Mikolongwe** (Distretto di Chiradzulu, Regione Meridionale), che dal 1997 ha formato oltre 14.700 studenti.

L’offerta formativa comprende corsi professionali formali, la cui durata varia da 1 a 3 anni, con diversi indirizzi: agricoltura, falegnameria, cucito, contabilità, design, moda, edilizia, management ed estetica. Parallelamente, per le stesse specializzazioni, la scuola offre anche corsi informali della durata di 6 mesi, che permettono a ragazze e ragazzi in condizioni di particolare vulnerabilità di apprendere un mestiere e avviare piccole attività generatrici di reddito. Il sostegno di Humana Italia alla scuola è stato reso possibile grazie alla valorizzazione degli abiti inviati in Malawi e da un contributo riconosciuto dall’**azienda coreana LG**. Quest’ultimo ha permesso la formazione di 20 ragazze iscritte al **corso di Cosmetology** (estetistica e parruccheria) che hanno potuto beneficiare di attrezzature professionali come sedie per massaggi, caschi per l’asciugatura dei capelli e prodotti di cosmesi.

In **Brasile**, Humana Italia, in collaborazione con Humana People to People Brasile e con il supporto del **Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo**, il primo

gennaio 2024 ha dato inizio al progetto intitolato **Marajó intraprendente: sviluppo professionale per giovani e donne brasiliane** nella città di Santa Cruz do Arari nello Stato di Parà. L’intervento, il cui termine è previsto per fine gennaio 2025, ha coinvolto 196 persone (141 donne e 53 uomini) in condizioni di vulnerabilità socioeconomica. La priorità è stata data a madri single e a giovani a rischio di abbandono scolastico, lavoro minorile e traffico di droga. L’obiettivo generale prevedeva il miglioramento dell’inclusione sociale ed economica, attraverso l’erogazione di formazione professionale che favorisse l’accesso ad opportunità di lavoro dignitose. I corsi attivati in sartoria, parruccheria, estetica ed inclusione digitale sono stati affiancati da incontri tematici ed eventi comunitari. La formazione ha combinato competenze tecniche specifiche con nozioni trasversali utili per la gestione di eventuali attività avviate in proprio, come il marketing, la fidelizzazione dei clienti, la stesura di un curriculum o la gestione di pratiche burocratiche.

Humana Italia, sempre in collaborazione con Humana Brasile e grazie al contributo di **Fondazione San Zeno**, ha sostenuto il progetto **Empower Itapagipe: percorsi per accrescere l’occupabilità in Brasile**, avviato a gennaio 2024 con una durata di 2 anni. Il progetto vede anche la collaborazione con il SENAI, uno degli enti privati per la formazione professionale più riconosciuti in Brasile. L’intervento è implementato nella penisola di Itapagipe, un’area geografica situata all’interno della città di Salvador, capitale dello Stato di Bahia. La zona è abitata principalmente da fasce di popolazione particolarmente vulnerabili come giovani e donne di origine afrobrasiliiana, alle quali è spesso precluso l’accesso a opportunità di lavoro dignitoso. Il progetto ha previsto l’erogazione

di corsi di formazione professionale a persone appartenenti a questo gruppo sociale. Nel primo semestre, 43 studenti hanno frequentato e concluso corsi di sartoria, tecnica fotovoltaica e meccanica automobilistica. Nel secondo semestre, 72 studenti hanno invece frequentato e concluso i corsi di panetteria e pasticceria, cucina industriale, meccanica della refrigerazione e climatizzazione residenziale. Complessivamente, i diplomati sono stati 115.

In **Ecuador**, grazie al supporto di **Timberland**, Humana ha realizzato il progetto **Crafts for empowerment in Ecuador**, offrendo una formazione professionalizzante a 50 artigiane indigene dei barrios di San Antonio (17 donne) e 18 de Noviembre (33 donne) nel Cantone di Yacuambi, situato nella provincia meridionale di Zamora-Chinchipe. Obiettivo dell’intervento era il rafforzamento della condizione economica e sociale delle donne partecipanti. A questo scopo Humana Ecuador, da aprile a novembre 2024, ha coinvolto le 50 beneficiarie in un percorso formativo composto da corsi di gestione economica, comunicazione e digital marketing per la promozione dei prodotti, leadership e life skills. A questi sono seguiti laboratori specifici in gioielleria, fotografia e produzione di audiovisivi. Oltre alla formazione, Humana ha fornito alle partecipanti materiale per la produzione di monili ed oggetti decorativi. Al termine del percorso le artigiane hanno riferito un deciso incremento delle proprie capacità di produzione, gestione del budget e dei ricavi, nonché della relazione con le colleghe e le comunità. Il miglioramento è stato rilevato anche in riferimento all’autostima, alla soddisfazione di contribuire significativamente all’economia familiare e alla accresciuta consapevolezza nella gestione di un’attività che contribuisce anche a preservare le tradizioni locali.

“*Ho vissuto per sette anni in strada e ho dovuto lottare per quella vita. Sono arrivato al Children’s Town a Malambanyama nel 2022 e ho provato quattro volte a ritornare in strada. Ma l’operatore che si occupa di me non si è mai arreso e mi ha ritrovato ogni volta, riportandomi al Centro. Ci ho impiegato più di un anno ad abituarci a questa vita ma poi sono riuscito a seguire la formazione professionale in agricoltura e allevamento e ho terminato il programma. Adesso (fine 2024) che ho ricevuto 100 pulcini e il necessario per allevarli, andrò a vivere con mia nonna. Non vedo l’ora di cominciare la mia nuova vita, ma soprattutto sono contento perché mio fratello ha deciso di fare la mia stessa esperienza ed è entrato da poco al Children’s Town.*

Elnathan – 17 anni

| Paese/progetto                                                                                     | Output                                         | Intero progetto | Quota Italia | Outcome                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Mozambico</b> |                                                |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Scuola professionale Nacala                                                                        | Studenti iscritti alle tre annualità           | 153             | (0,30%)      | Il supporto di Humana Italia, per quanto ridotto, ha contribuito allo svolgimento delle attività formative e al conseguente inserimento degli studenti nei diversi settori lavorativi, anche grazie alle esperienze di tirocinio nelle aziende                                                     |
|                                                                                                    | Studenti diplomati                             | 34              | (0,30%)      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|  <b>Malawi</b>    |                                                |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Scuola professionale Mikolongwe                                                                    | Studenti iscritti ai corsi formali (triennali) | 393             | 91 (23,27%)  | Possibilità, supportata dalla scuola, di registrare le piccole attività imprenditoriali dei neodiplomati, presso le istituzioni                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                    | Studenti iscritti ai corsi informali (6 mesi)  | 279             | 65 (23,27%)  | Miglioramento della situazione economica degli studenti e delle loro famiglie                                                                                                                                                                                                                      |
| Mikolongwe Cosmetology                                                                             | Ragazze formate                                | 20              | 20 (100%)    | Inserimento in ambito lavorativo di persone con specifiche competenze tecniche                                                                                                                                                                                                                     |
|  <b>Brasile</b>   |                                                |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Marajó intraprendente                                                                              | Persone iscritte ai corsi                      | 196             | 196 (100%)   | Partecipazione a 4 fiere con un guadagno di 100 dollari per evento. Avvio e miglioramento di attività in proprio                                                                                                                                                                                   |
| Empower Itapagipe                                                                                  | Persone diplomate                              | 115             | 115 (100%)   | Maggiori servizi di accompagnamento al lavoro: 33 partecipanti hanno ottenuto un colloquio di lavoro, 26 di questi hanno ottenuto un lavoro adeguato e dignitoso; 49 partecipanti hanno ottenuto informazioni per avviare un'attività autonoma; 21 partecipanti hanno avviato un'attività autonoma |
|  <b>Ecuador</b> |                                                |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Crafts for empowerment                                                                             | Artigiane partecipanti                         | 50              | 50 (100%)    | Le artigiane hanno preso parte a 4 fiere con un guadagno di 100 dollari in ciascun evento                                                                                                                                                                                                          |

**Istruzione primaria**

In **Malawi**, dal 2012 Humana gestisce in 24 distretti il programma **400 Primary Schools** con l’obiettivo di offrire un network post-diploma ai propri studenti magistrali, ormai impiegati come insegnanti in scuole primarie delle zone rurali.

Una volta iniziata l’attività d’insegnamento, i maestri hanno la possibilità di continuare ad alimentare la propria formazione attraverso l’uso di strumenti online e il continuo scambio di informazioni ed esperienze con gli altri docenti, ex compagni di studio. I benefici del costante aggiornamento dei maestri ricadono sugli alunni, sugli altri insegnanti membri del corpo docente delle scuole interessate (ogni partecipante al programma deve trasmettere le informazioni

acquisite ad altri due insegnati non direttamente coinvolti in 400 Primary Schools) e le relative comunità.

In **Mozambico**, grazie ai fondi raccolti con il 5x1000 del 2023 e trasferiti all’Organizzazione consorella ADPP Mozambico nel 2024, Humana Italia ha sostenuto il centro **Formigas do Futuro**, che offre istruzione primaria a bambini orfani o vulnerabili nella città di Chimoio, provincia di Manica.

La scuola prevede un’istruzione di qualità e un ambiente sicuro in cui crescere e svilupparsi.

Al corso di studio ministeriale, la scuola affianca attività extracurricolari per trasmettere abilità utili per la vita degli studenti, quali ad esempio il lavoro

di squadra, il processo decisionale o la capacità relazionale. Il contributo riconosciuto alla scuola ha permesso di acquistare attrezzature e materiali didattici e logistici, tra cui una stampante, una rilegatrice, una plastificatrice, un proiettore, due computer, una TV, due lavagne mobili, due congelatori e un frigorifero, migliorando così la qualità delle lezioni, della biblioteca e della mensa.

In **Mozambico**, si è inoltre rinnovato l’impegno di Humana verso il **Children’s Town** di Maputo, mentre in **Zambia** prosegue il sostegno al Centro di Malambanyama, entrambi attivi dal 1990.

Il Children’s Town di **Maputo** nel 2024 ha offerto istruzione primaria a 381 bambini dei villaggi circostanti, ha accolto 30 bambini residenti, che oltre a frequentare la scuola vivono presso il Centro perché provenienti da situazioni di strada, abbandono o abusi familiari. Il loro futuro incerto è quindi totalmente nelle loro mani.

L’attività del Centro di Maputo è pensata proprio

per un affiancamento completo, anche di riabilitazione, che non si limiti al percorso scolastico.

Il Centro di **Malambanyama**, in Zambia, unisce **istruzione primaria e formazione professionale**, accogliendo bambini e ragazzi delle comunità locali fino al decimo grado. Ospita inoltre adolescenti di **16 e 17 anni** con esperienze di strada, offrendo loro accoglienza, formazione e riabilitazione.

Gli studenti dei gradi 7-9 ricevono anche una formazione professionale nei settori della ristorazione e dell’agricoltura, mentre gli ex ragazzi di strada, inseriti nella Youth Academy, frequentano un corso biennale di studi professionali con tre indirizzi: sartoria, carpenteria e agricoltura. Fondamentale per la loro riabilitazione è l’interazione con i ragazzi della scuola primaria con i quali svolgono attività sportive, musicali, di servizio e manutenzione per il Centro.

Tale esperienza li accompagna nel percorso di reinserimento sociale.

| Paese/progetto                                                                                         | Output                                                                                                                                     | Intero progetto | Quota Italia | Outcome                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Malawi</b>    |                                                                                                                                            |                 |              |                                                                           |
| 400 Primary                                                                                            | Docenti partecipanti in 196 scuole primarie                                                                                                | 218             | 32 (14,73%)  | Aumento della frequenza scolastica dei bambini                            |
|                                                                                                        | Docenti coinvolti indirettamente dai partecipanti                                                                                          | 436             | 64 (14,73%)  | Riduzione dell'abbandono scolastico                                       |
|  <b>Mozambico</b> |                                                                                                                                            |                 |              |                                                                           |
| Formigas do Futuro                                                                                     | Acquistati: 1 stampante, 1 rilegatrice, 1 plastificatrice, 1 proiettore, 2 computer, 1 TV, 2 lavagne mobili, 2 congelatori e 1 frigorifero |                 | (100%)       | Miglioramento della qualità delle lezioni, della biblioteca e della mensa |
| Children's Town Maputo                                                                                 | Bambini dei villaggi circostanti iscritti                                                                                                  | 381             | 4 (1,0%)     | Bambini, privi d'istruzione, inseriti in un percorso educativo            |
|                                                                                                        | Bambini residenti iscritti                                                                                                                 | 30              | (1,0%)       | Bambini sottratti alla vita di strada e inseriti in un percorso formativo |
|  <b>Malawi</b>    |                                                                                                                                            |                 |              |                                                                           |
| Children's Town Malambanyama                                                                           | Bambini e ragazzi dei villaggi circostanti iscritti                                                                                        | 506             | 10 (2,0%)    | Bambini, privi d'istruzione, inseriti in un percorso educativo            |
|                                                                                                        | Ragazzi residenti iscritti                                                                                                                 | 56              | 1 (2,0%)     | Ragazzi sottratti alla vita di strada e inseriti in un percorso formativo |



Salute

Contributo economico complessivo:  
**298.502,97 euro**

Nel 2024, Humana Italia ha sostenuto interventi relativi alla salute in Angola, Mozambico, Zambia e Repubblica Democratica del Congo. I risultati ottenuti nel 2024 sono riportati nelle tabelle delle pagine seguenti.

Gli interventi sostenuti da Humana Italia nel 2024 in quest’ambito si articolano in due principali aree di azione: la prevenzione di HIV/AIDS, malaria e tubercolosi e le iniziative a favore della nutrizione.

Prevenzione HIV/AIDS, malaria e tubercolosi

I progetti di prevenzione sono stati realizzati con l’obiettivo di evitare la diffusione delle malattie e contestualmente affiancare nella gestione delle cure le persone già affette.

Il contrasto alla diffusione di HIV/AIDS, malaria e tubercolosi è condotto attraverso l’implementazione di programmi specifici come **TCE** (Total Control of Epidemic) e i Centri di prevenzione **Hope**.

In **Angola** è stato attivato un progetto incentrato sulla prevenzione di HIV/AIDS e tubercolosi che rientra in un ampio piano nazionale previsto per il periodo 2021-2024 e supportato da UNDP (United Nations Development Programme), attraverso il Global Fund.

L’Organizzazione consorella di Humana Italia, ADPP Angola, è coinvolta in qualità di soggetto esecutore nelle province di Benguela e Cuanza Sul dove ha a sua volta coinvolto altre cinque Organizzazioni locali, tra cui Croce Rossa.

Gli assi d’intervento sono quattro: informazione e sensibilizzazione su HIV/AIDS rivolta ad adolescenti, in particolare a ragazze e giovani donne; prevenzione della trasmissione madre-bambino; coinvolgimento di persone omosessuali e prostitute in gruppi informativi e di sostegno per i sieropositivi e infine affiancamento nell’assunzione dei trattamenti terapeutici alle persone affette da tubercolosi.

In **Mozambico**, presso il **Centro Hope di Pemba** che serve i distretti di Pemba, Chiure e Ancuabe (provincia settentrionale di Cabo Delgado), ADPP Mozambico, Organizzazione consorella locale, dal 2016, offre diversi servizi: testing per l’individuazione dei casi di sieropositività; indirizzamento alle strutture sanitarie per l’avvio del trattamento farmacologico; affiancamento nella gestione delle cure; supporto nutrizionale alle donne gravide e ai neonati e organizzazione di gruppi di autoaiuto per il supporto psicologico.

A questi sono stati aggiunti negli ultimi anni anche la rilevazione della tubercolosi e relativo avvio alle cure, azioni per contrastare la malnutrizione e la violenza di genere.

In **Malawi**, con l’Organizzazione consorella DAPP è stato avviato nei distretti di Mulanje, Machinga e Mangochi il progetto **TC TB Lon** (si veda scheda di approfondimento a pag. 124).

L’obiettivo di migliorare lo stato di salute della popolazione in Malawi è perseguito anche attraverso il progetto **CDC DREAMS LOLA**, nei distretti di Blantyre and Chiradzulu.

Il nome del progetto racchiude i suoi elementi chiave: CDC (Centers for Disease Control and Prevention) richiama l’impegno nella prevenzione e nel controllo di tubercolosi e HIV; l’acronimo DREAMS (Determined, Resilient, AIDS-Free Mentored and Safe) riassume l’intento d’informare in spazi sicuri ragazze con un’età compresa tra i 10 e i 24 anni perché assumano atteggiamenti consapevoli e responsabili rispetto alla salute e alla prevenzione delle malattie. Infine Lola, che in lingua locale significa “accettare”, sottolinea l’importanza del lavoro culturale messo in atto con le famiglie e le comunità a cui le ragazze appartengono perché sia riconosciuto loro rispetto e considerazione.

Il progetto interviene dunque non solo sul piano sanitario, ma anche su quello sociale e relazionale, contrastando fenomeni come **la violenza sessuale, l’esclusione dall’accesso alle cure e ai percorsi di crescita**, spesso negati alle giovani donne.

In **Zambia**, Humana Italia ha sostenuto il progetto **TCE, OVC (Orphan and Vulnerable Children) e Sungani Bana** con l’Organizzazione consorella DAPP Zambia. L’intervento è condotto su vasta scala in quattro province del Paese e mira da un lato a prevenire la diffusione del virus dell’HIV e, dall’altro, a garantire le cure necessarie a bambini orfani e vulnerabili e ad adolescenti sieropositivi.

Per raggiungere tale obiettivo, vengono realizzate azioni informative e di supporto alle famiglie, che spesso privano i figli dei farmaci per mancanza di consapevolezza e di mezzi. DAPP opera quindi per raggiungere in modo capillare i nuclei familiari interessati, spesso supportati nella ricerca di un impiego che possa garantire la capacità economica

necessaria all’acquisto dei farmaci.  
Il target dei bambini orfani è raggiunto attraverso le comunità a cui appartengono e le istituzioni che se ne prendono cura.  
DAPP Malawi è un partner tecnico del Ministero della Salute nelle quattro province coinvolte.

| Paese/progetto                                                                                         | Output                                                                                                          | Intero progetto | Quota Italia  | Outcome                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Angola</b>      |                                                                                                                 |                 |               |                                                                                                                                                                         |
| Community HIV/AIDS TB Benguela e Cuanza Sul                                                            | Ragazze e giovani donne informate su virus e malattia                                                           | 26.669          | 288 (1,08%)   | Accresciuta disponibilità a sottoporsi ai test per HIV e TB                                                                                                             |
|                                                                                                        | Donne sieropositive in gravidanza raggiunte con servizi specifici dai partecipanti                              | 126             | 1 (1,08%)     | Riduzione della trasmissione madre-bambino di HIV                                                                                                                       |
|                                                                                                        | Persone raggiunte con azioni di supporto e sensibilizzazione                                                    | 10.500          | 113 (1,08%)   | Aumento della distribuzione delle cure per la tubercolosi e dei casi risolti<br><br>Riduzione dello stigma verso i malati di HIV e TB                                   |
|  <b>Mozambico</b> |                                                                                                                 |                 |               |                                                                                                                                                                         |
| HOPE Cabo Delgado                                                                                      | Persone che hanno effettuato il test                                                                            | 12.559          | 776 (6,18%)   | Incremento dei test effettuati e della conseguente assegnazione delle cure                                                                                              |
|                                                                                                        | Persone risultate sieropositive e avviate al trattamento terapeutico                                            | 1.609           | 99 (6,18%)    | Riduzione degli episodi di violenza a danno delle donne scopertesi sieropositive                                                                                        |
|  <b>Malawi</b>    |                                                                                                                 |                 |               |                                                                                                                                                                         |
| TC TB LON                                                                                              | Persone positive alla tubercolosi, avviate al trattamento sanitario                                             | 2.346           | 62 (2,65%)    | Incremento dei casi risolti tra le persone resistenti ai farmaci                                                                                                        |
| CDC DREAMS Lola                                                                                        | Ragazze raggiunte con azioni informative, test di rilevazione della tubercolosi e dell'HIV e supporto educativo | 33.999          | 163 (0,48%)   | Incremento dei test eseguiti su adolescenti e giovani donne grazie ai servizi sanitari studiati per i giovani<br><br>Riduzione delle gravidanze e dei matrimoni precoci |
|                                                                                                        |                                                                                                                 |                 |               |                                                                                                                                                                         |
|  <b>Zambia</b>    |                                                                                                                 |                 |               |                                                                                                                                                                         |
| TCE e OVC Sungani Bana                                                                                 | Persone sottoposte al test per l'HIV                                                                            | 301.004         | 1.746 (0,58%) | Incrementata assunzione dei farmaci antiretrovirali alle persone sieropositive                                                                                          |
|                                                                                                        | Bambini e adolescenti informati                                                                                 | 50.897          | 295 (0,58%)   | Decremento del tasso di sieropositività tra bambini e adolescenti                                                                                                       |

**Nutrizione**  
Sono stati due gli interventi incentrati sulla nutrizione sostenuti da Humana Italia nel 2024: **Transform Nutrition in Mozambico** e **Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké, RDC in Repubblica Democratica del Congo**.

Il primo, avviato nel settembre 2019 da ADPP **Mozambico** nella provincia di Nampula, terminerà a giugno 2025. ADPP, anche grazie al supporto di Humana Italia, si è impegnata a offrire allo Stato mozambicano un modello olistico di trasformazione ed evoluzione delle condizioni nutrizionali delle donne in stato di gravidanza o nella fase di allattamento, delle ragazze adolescenti e dei bambini al di sotto dei due anni. I risultati ottenuti sono il frutto di un duplice impegno: da un lato, l’assistenza tecnica fornita al Ministero della Salute e al Segretariato Tecnico per la Sicurezza Alimentare e la Nutrizione; dall’altro, il rafforzamento delle strutture locali già esistenti, affinché forniscano servizi di qualità in ambito sanitario.

Grazie al supporto dell’**Otto per Mille della Chiesa Valdese** e di **Woolrich Outdoor Foundation**, a fine maggio 2024 si è conclusa la fase 1 del progetto **Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké**, avviato nell’aprile 2023 da Humana Italia e Humana Congo. A giugno 2024 è stata avviata la fase 2, resa

possibile dal rinnovato contributo dell’**Otto per Mille della Chiesa Valdese** e dell’azienda di moda **Scout**. Come nella prima fase, l’intervento mira a migliorare l’accesso a prodotti alimentari di qualità e diversificati per circa 1.200 persone, tra cui 600 bambini di 8 scuole primarie e i loro genitori. A cambiare è la zona d’implementazione, che in questa seconda fase coinvolge gli abitanti dei villaggi di Bwantaba, Impuru, Dumí, Mutiene, Mokongo, Bwangamusu, Para e Mongata nell’Altopiano Batéké (la fase 1 è stata condotta in 6 villaggi differenti).

Entrambi gli interventi sono nati dall’intento di porre rimedio a una grave crisi alimentare che ha colpito la zona, attraverso la sensibilizzazione della popolazione locale ad apportare un cambiamento nella dieta quotidiana di bambini e adulti; la popolazione si nutre principalmente di porridge di manioca con un apporto insufficiente di frutta, verdura e proteine animali. Il progetto ha quindi promosso, in tutte le comunità coinvolte, una dieta diversificata basata su ingredienti locali ad alto contenuto nutritivo e reso consapevoli le famiglie riguardo alle cause e ai segni della malnutrizione, così che queste potessero migliorare notevolmente la salute dei loro figli. A supporto di tale obiettivo, nei villaggi della fase 1, da gennaio a maggio 2024 sono stati piantati 1.000 alberi da frutto di sei diverse varietà (6.327 da aprile 2023) e sono stati creati 6 orti comunitari e 10 orti scolastici in altrettanti istituti per favorire l’accesso a cibo nutriente e di qualità nell’area.

| Paese/progetto                                                                                                              | Output                                                                                                                                                             | Intero progetto | Quota Italia | Outcome                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Mozambico</b>                        |                                                                                                                                                                    |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Transform Nutrition Nampula                                                                                                 | Ragazze (10-19 anni) coinvolte in gruppi di formazione e informazione sulla corretta alimentazione e sulle possibilità di valorizzare il cibo presente in famiglia | 6.254           | 18 (0,29%)   | Accresciuta capacità d’individuazione delle criticità e relative soluzioni in ambito igienico, nutrizionale e sanitario da parte dei membri dei Comitati Comunitari per la Salute (es. prevenzione delle malattie di provenienza idrica)                                                                                                          |
|                                                                                                                             | Bambini di età inferiore ai 5 anni, sottoposti a controlli sanitari, hanno ricevuto prodotti ad alto apporto nutrizionale                                          | 84.944          | 246 (0,29%)  | Cambiamento dei comportamenti alimentari grazie alle attività d’informazione, condotte anche dalle ragazze coinvolte come beneficiarie e “ambasciatrici”<br><br>Evidente diffusione degli orti familiari e conseguente incremento del consumo di ortaggi nella zona costiera dove i prodotti della pesca hanno sempre prevalso nell'alimentazione |
|  <b>Repubblica Democratica del Congo</b> |                                                                                                                                                                    |                 |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 1)             | Alberi da frutto piantati                                                                                                                                          | 1.000           | 1.000 (100%) | Maggiore disponibilità di frutta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                             | Orti scuola comunitari creati                                                                                                                                      | 6               | 6 (100%)     | Creati 361 orti individuali da altrettanti partecipanti (in totale 2.000 persone hanno ricevuto la formazione per la creazione e gestione degli orti) e conseguente disponibilità di ortaggi e frutta per altrettante famiglie                                                                                                                    |
|                                                                                                                             | Orti scolastici in altrettanti istituti creati                                                                                                                     | 10              | 10 (100%)    | Maggiore consumo di ortaggi (734,35 chili prodotti nei 10 orti) da parte dei bambini delle scuole coinvolte                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                             | Persone coinvolte in sessioni formative su un'alimentazione sana e corretta                                                                                        | 201             | 201 (100%)   | Miglioramento dell'allattamento al seno; introdotta alimentazione complementare per bambini fino ai 2 anni; incremento del consumo di vitamine e sale iodato                                                                                                                                                                                      |
| Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell'altopiano di Batéké (Fase 2)             | I risultati complessivi della fase 2 saranno rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2025                                                                       |                 | 100%         | Gli outcome complessivi della fase 2 saranno rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2025                                                                                                                                                                                                                                                      |

“ Sono felice che Gogo Maria (guaritrice tradizionale) mi abbia fatto il test per la tubercolosi. Dopo il mio rientro dal Sud Africa non stavo bene e lei mi ha detto che sapeva come fare per capire se avevo questa malattia. Ha raccolto la mia saliva e l’ha mandata all’ospedale il 23 gennaio 2024 e il 25 ho iniziato a prendere le medicine.

Alubi Labana – 36 anni

# TC TB LON – prevenzione HIV e tubercolosi

(Total Control Tuberculosis Local Organization Network)

## Dove

Distretti di Mulanje, Machinga e Mangochi nella Regione Meridionale del Malawi



## Quando

Avviato nel giugno 2021 con una durata iniziale di 36 mesi, il progetto è stato successivamente prorogato di ulteriori 24 mesi. Tuttavia, questa estensione ha subito un'interruzione a causa del taglio dei fondi da parte di USAID, determinando la chiusura anticipata delle attività il 26 febbraio 2025. Al momento della redazione del presente documento, il progetto risulta in stand-by, in attesa di conoscere le condizioni per una possibile prosecuzione.

## Enti coinvolti

DAPP (Development Aid from People to People) Malawi, Organizzazione membro della Federazione Internazionale Humana People to People: soggetto esecutore.

Humana Italia: ente partner e finanziatore.

USAID: ente finanziatore.

KNCV Tuberculosis Foundation (Fondazione olandese impegnata nella lotta alla tubercolosi): ente promotore.

## Contesto

La tubercolosi (TB), aggravata dalla co-infezione con l'HIV/AIDS, continua a rappresentare una delle principali cause di morte in Malawi (nel 2023 si sono registrati oltre 10.000 morti, per la maggior parte bambini). L'accesso tempestivo alle cure è ostacolato da barriere di natura sociale e culturale. In molti casi, le persone non sono consapevoli dell'esistenza della malattia o non sanno come ottenere una diagnosi. Le donne, in particolare, sono le più penalizzate. Si aggiunge poi la scarsa strutturazione, specie nelle zone rurali, del sistema sanitario, incapace di raggiungere la popolazione in modo capillare sia per la rilevazione dei casi positivi sia per l'avvio ai trattamenti terapeutici.

## Obiettivo

L'idea progettuale prevede di incrementare la rilevazione dei casi di tubercolosi e di tubercolosi unita a HIV, specie nei bambini, e l'avvio al trattamento al fine di ridurre gli effetti della malattia.



## Azioni

L'asse portante dell'intervento è il capacity building: dal un lato, 42 operatori di DAPP sono impegnati nella formazione del personale sanitario presente in 42 ambulatori distribuiti nei distretti coinvolti, per migliorarne la capacità diagnostica e di individuazione del trattamento medico corretto.

Dall'altro, l'Organizzazione ha attivato un sistema di consulenza tra pari, formando 2.100 volontari all'interno delle comunità di riferimento per individuare le persone malate da indirizzare agli ambulatori.

Tale rilevazione è condotta anche grazie all'impiego di unità diagnostiche mobili. Una specifica formazione è prevista anche per i guaritori tradizionali a cui sono fornite informazioni per riconoscere la malattia e orientare le persone verso le cure appropriate. Elemento chiave dell'avvicinamento alle persone è un approccio che combina professionalità ed empatia per ridurre il timore dello stigma che spesso inibisce i malati, restii a farsi visitare. Particolare attenzione è rivolta alla prevenzione della diffusione della TB nei bambini sotto i 5 anni e nelle persone affette da HIV.

Tutte le azioni sono accompagnate da una scrupolosa gestione dei dati raccolti e da un costante aggiornamento degli operatori, con particolare riguardo agli algoritmi utilizzati per la prevenzione e l'assegnazione delle terapie.

## Risultati

- ↪ 91 persone (infermieri, tecnici di laboratorio, assistenti medici) formate per la rilevazione e il trattamento dei casi pediatrici
- ↪ 5.138 persone sottoposte a screening; di queste 2.346 sono state avviate al trattamento per tubercolosi
- ↪ 42 tecnici di laboratorio e infermieri aggiornati sull'uso della strumentazione utilizzata per le analisi
- ↪ 50 operatori sanitari formati per la diagnosi dei casi di tubercolosi in pazienti affetti da HIV
- ↪ 210 punti di raccolta salivare

## Outcome

- Incremento dell'individuazione dei casi positivi
- ↪ Maggiore consapevolezza delle popolazioni raggiunte in merito alla malattia grazie alle azioni informative sistematiche e capillari, attuate anche attraverso la consulenza tra pari
- ↪ Aumento dei casi risolti tra i pazienti farmaco-resistenti
- ↪ Riduzione dello stigma e della discriminazione riferita dai malati

🌱 Agricoltura sostenibile e ambiente

Contributo economico complessivo:

**74.909,93\* euro**

\*L'importo include il contributo destinato al progetto Farmers' Club di Gutu in Zimbabwe, che essendo stato inviato a fine dicembre, ha permesso l'avvio del progetto a inizio 2025. Tale attività sarà quindi rendicontata nel Bilancio di Sostenibilità del prossimo anno

Anche nel 2024, Humana Italia ha contribuito alle attività del **Centro di Sviluppo Rurale e Coltivazione dell’Anacardio**, gestito da ADPP Mozambico a Itoculo, nel distretto di Monapo in provincia di Nampula (si veda la scheda di approfondimento a pag. 128).

| Paese/progetto                                          | Output                          | Intero progetto | Quota Italia | Outcome                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 🇲🇵 Mozambico                                            |                                 |                 |              |                                                                                                                                                                         |
| Centro di Sviluppo Rurale e Coltivazione dell'Anacardio | Coltivatori formati             | 250             | 204 (81,79%) | Miglioramento delle condizioni di vita dei coltivatori formati                                                                                                          |
|                                                         | Tonnellate di anacardi raccolte | 86              | 70 (81,79%)  | Installazione della corrente elettrica nei villaggi circostanti grazie all'incremento delle attività agricole e del conseguente livello economico delle comunità locali |



“ Nel nostro villaggio abbiamo sempre mangiato solo caracata (polenta di farina di cassava), ma da quando qui è arrivato il progetto Transform Nutrition abbiamo iniziato, un po’ a fatica, a nutrirci con frutta, ortaggi e cereali. Alcuni di noi hanno anche iniziato a coltivare questi cibi in un orto casalingo. Io, ascoltando alla radio un programma dedicato, ho anche imparato a preparare il porridge per il mio nipotino che era denutrito. Ora sta meglio e ha preso peso.

Carlos Alberto - 54 anni

# Centro di Sviluppo Rurale e Coltivazione dell’Anacardio

## Dove

Itoculo, nel distretto di Monapo (provincia di Nampula) nel nord del Mozambico

## Quando

La piantagione di anacardi è stata avviata da ADPP Mozambico nel 1993 su un’area di 130 ettari. Nel 1997, l’iniziativa è stata ampliata con la creazione di un Centro di formazione agricola, finalizzato a insegnare ai coltivatori locali ad avviare la stessa produzione. Nel 2004 presso il Centro è stata aperta la lavorazione del frutto, seguita nel 2007 dall’avvio della produzione di succo. Negli anni successivi, l’area di coltivazione si è estesa fino a raggiungere i 525 ettari attuali, utilizzati anche per la coltivazione di altre colture e per l’allevamento di polli.

## Enti coinvolti

ADPP Mozambico (Ajuda de Desenvolvimento de Povo para Povo), membro della Federazione Internazionale Humana People to People: soggetto esecutore.  
Humana Italia: partner e finanziatore.

## Contesto

Fino agli anni ’70, il Mozambico era uno dei maggiori produttori al mondo di anacardi. Tuttavia, la produzione subì un drastico declino a partire dalla fine della guerra d’indipendenza (1975) e, ancor più, durante il conflitto civile che si protrasse tra il 1981 e il 1992. Questo crollo produttivo colpì duramente i coltivatori della provincia di Nampula, dove l’agricoltura era fortemente incentrata sull’anacardio, **aggravando le condizioni di povertà**. Dopo una serie di provvedimenti, nel 2002 lo stato mozambicano ha avviato il programma CASCA (Support for the Cashew Sector) mirato a ripristinare la coltivazione e la lavorazione interna degli anacardi. ADPP è stata una delle Organizzazioni aderenti al programma dal 2002 al 2011, contribuendo a una significativa ripresa del settore nel distretto di Monapo.



## Obiettivo

Il Centro di Itoculo è nato con l’intento di promuovere la coltivazione e la lavorazione dell’anacardio tra i contadini nel distretto di Monapo, attraverso l’impiego di tecniche di agricoltura sostenibile. Il fine ultimo è quello di migliorare le condizioni di vita delle comunità coinvolte, attraverso la formazione tecnica dei coltivatori, la cui attività è generalmente rivolta alla mera sussistenza.

## Azioni

Il Centro è dotato di strutture dedicate alla formazione agricola, un’unità per la lavorazione dei frutti e una per la produzione e imbottigliamento del succo. Dei 525 ettari che costituiscono il Centro, 190 sono occupati da 15.400 alberi di anacardi, la restante parte è utilizzata per la produzione di mais, fagioli e sesamo e dall’allevamento di pollame. Nel 2024, sono stati piantumati nuovi anacardi su una superficie di 15 ettari. La produzione agricola viene commercializzata, permettendo la parziale copertura dei costi del Centro stesso. I coltivatori formati ogni anno hanno la possibilità di seguire l’intero ciclo di produzione degli anacardi, nonché di altre colture: dalla selezione dei semi, alla gestione dei vivai per la produzione delle nuove piantine, dalla messa a dimora alla manutenzione degli alberi, fino all’impiego di concimi e pesticidi naturali, al raccolto, alla lavorazione, alla corretta conservazione dei frutti e del succo e alla loro commercializzazione. Il Centro ha sviluppato un modello integrato di gestione agricola, replicato con successo in più località della provincia di Nampula.



## Risultati

Nel 2024, il raggiungimento degli obiettivi prefissati è stato parziale, a causa di due fattori critici: il passaggio del ciclone Gombé e l’instabilità politica. Le difficoltà di vendita hanno inoltre reso necessario lo stoccaggio di 600 chili di anacardi, la cui lavorazione è stata posticipata al 2025. Nonostante le criticità, sono stati raggiunti importanti risultati:

- ↪ 250 coltivatori partecipanti ai percorsi formativi
- ↪ 320 lavoratori stagionali (di cui 250 donne e 70 uomini) assunti per il raccolto
- ↪ 86 tonnellate di anacardi raccolte tra ottobre e dicembre (+56% rispetto al 2023)
- ↪ 2.000 polli allevati tra maggio e luglio, al di sotto dei 7.000 previsti.
  - Da agosto a dicembre l’allevamento è stato interrotto a fronte della bassa redditività commerciale
- ↪ 1.200 chili di mais prodotti
- ↪ 1.300 litri di succo di anacardi imbottigliati, pari alla metà del quantitativo previsto (2.600 litri), a causa della mancanza di bottiglie disponibili.

## Outcome

- ↪ Incremento del reddito delle persone assunte stabilmente e dei lavoratori stagionali
- ↪ Incremento del reddito dei 250 coltivatori, e delle loro famiglie, che grazie alla formazione ricevuta hanno migliorato o avviato la propria attività agricola
- ↪ Installazione della linea elettrica, attivata in virtù dell’accresciuta attività economica della zona coinvolta dal progetto.

🏠 **Progetto pilota avvio raccolta abiti in India**

Contributo economico complessivo:  
**63.761,73 euro**

Nel 2024, Humana People to People India, attiva nel Paese dal 1998 come Humana Italia, ha avviato un progetto pilota per la raccolta di abiti usati, con una durata iniziale di 18 mesi (ottobre 2024 – marzo 2026). Tale periodo servirà ad apportare eventuali aggiustamenti per rendere l’attività permanente.

La decisione nasce dall’esperienza positiva maturata da Humana People to People Brasile.

Il modello, ideato per il contesto di un Paese in via di sviluppo, mira a intercettare abiti e scarpe delle fasce più abbienti della popolazione, per promuovere la sostenibilità ambientale e ottenere fondi da impiegare per i progetti sociali che l’Organizzazione gestisce nel Paese.

Il processo prevede una filiera completa, dalla raccolta degli abiti attraverso i contenitori stradali alla selezione dei capi, fino alla vendita multicanale (online, mercati, negozi). La prima fase del progetto ha previsto lo studio del modello brasiliano e la richiesta del permesso per il posizionamento dei contenitori stradali alle municipalità Nuova Deli e Gurugram.

| Paese/progetto       | Output                                       | Intero progetto | Quota Italia | Outcome                                    |
|----------------------|----------------------------------------------|-----------------|--------------|--------------------------------------------|
| Raccolta abiti India | Accordi per il posizionamento di contenitori | 20              | 20 (100%)    | Gli outcome saranno riscontrabili nel 2025 |



5

GENERIAMO  
CAMBIAMENTO  
INSIEME  
IN ITALIA

PROMUOVIAMO  
LA CULTURA DELLA  
SOSOSTENIBILITÀ E  
DELLA SOLIDARIETÀ

5.1

# Attività socio-ambientali in Italia

Solidarietà, sostenibilità, tutela ambientale e cooperazione sono le colonne portanti dei progetti di cooperazione di Humana, così come delle attività socio-ambientali in Italia.

Attraverso gli Orti 3C, gli interventi nelle scuole, le attività di comunicazione e sensibilizzazione, le partnership, la responsabilità sociale d’impresa e il volontariato Humana stimola la riflessione, il coinvolgimento diretto e la collaborazione per il raggiungimento di un cambiamento positivo, nel rispetto e nella tutela delle comunità e del mondo che ci circonda.

“*Nell’Orto 3C si scambiano semi, piantine, consigli ed esperienze di vita. La condivisione è la parte che apprezzo di più di questo progetto.*”

Anna Maria Donelli



## 5.2 ORTO 3C – COLTIVIAMO IL CLIMA E LA COMUNITÀ

Gli orti di comunità di Humana sono **interventi socio-comunitari di agricoltura urbana ecologica e inclusione sociale**, pensati per favorire un sano legame tra la produzione e il consumo di cibo, nonché la tutela dell’ambiente, in stretta connessione con le comunità dei territori di riferimento. Le persone coinvolte, talvolta in condizione di fragilità, imparano a coltivare ortaggi biologici nel lotto che viene loro assegnato e partecipano ad attività e momenti di aggregazione. I cicli dell’intervento sono biennali e prevedono formazione teorica (24 lezioni della durata di 2 ore ciascuna) e pratica, gestita da un’esperta agronoma di Humana. Al termine del percorso, gli “attivisti” – così chiamati in quanto coinvolti in prima persona nella gestione dell’orto – dispongono delle competenze necessarie per produrre ortaggi e verdura autonomamente o in modo cooperativo, nonché della capacità di comprendere i cambiamenti climatici a livello globale. Gli attivisti, oltre a contribuire al buon funzionamento dell’orto, si assumono responsabilità concrete durante il progetto e, grazie a momenti organizzati e facilitati da Humana, diventano protagonisti attivi nella comunicazione e nella diffusione dei valori del progetto, coinvolgendo la cittadinanza con azioni di sensibilizzazione.

Alle competenze tecniche si aggiungono le relazioni “coltivate” con i compagni di avventura e una possibile rete di supporto.

Gli orti sono inoltre utilizzati per attività formative e di educazione rivolte a studenti, cittadini e volontari aziendali.

Nel 2024, Humana Italia ha gestito 3 orti di comunità.

### Orto di Cornaredo (MI)

- ↪ Avvio: giugno 2018
- ↪ Partecipanti: 24 nel primo ciclo (giugno 2018 - dicembre 2022, durata superiore a due anni a causa del Covid19) e 15 nel secondo ciclo (gennaio 2023 - dicembre 2024)
- ↪ Persone coinvolte indirettamente da giugno 2018: 559 (di cui 112 nel 2024) tra familiari degli attivisti, studenti, cittadini, volontari aziendali, ecc.
- ↪ Ortaggi prodotti nel 2024: 1.250 chili
- ↪ Volontari aziendali: 60 persone (dipendenti Altroconsumo)
- ↪ Ragazzi coinvolti: 30 studenti di due istituti.

### Orto di Vighignolo (Settimo Milanese – MI)

- ↪ Avvio: novembre 2022
- ↪ Partecipanti: 15 nel primo ciclo (gennaio 2023 - dicembre 2024)
- ↪ Persone coinvolte indirettamente da novembre 2022: 227 persone (di cui 132 nel 2024), familiari degli attivisti, volontari e studenti
- ↪ Ortaggi prodotti nel 2024: 950 chili
- ↪ Volontari aziendali: 71 persone (dipendenti di Microsoft e Universal McCann)
- ↪ Ragazzi coinvolti: 40 giocatori di due squadre di calcio.

### Orto di Bollate (MI)

- ↪ Avvio: luglio 2024
- ↪ Partecipanti: 15 nel primo ciclo (gennaio 2025 - dicembre 2026)
- ↪ I primi mesi seguiti all’assegnazione, avvenuta con bando pubblico del Comune di Bollate, sono stati impiegati per la sistemazione del campo e la promozione del progetto che ha portato all’iscrizione dei 15 ortisti.

### L'impatto degli Orti 3C

Nel 2024 sono stati intervistati 36 attivisti degli orti di Cornaredo e Settimo Milanese. Di seguito vengono riportate le loro valutazioni riguardo a quanto hanno acquisito rispetto all'inizio del loro percorso nell'orto.

🌱 **Aumento delle conoscenze** su pratiche agricole sostenibili, biologiche e organiche  
↳ 50,0% molto aumentate  
↳ 47,2% aumentate

🍴 **Consapevolezza sui principi** di una sana alimentazione, della produzione alimentare e dell'uso sostenibile delle risorse naturali  
↳ 38,9% molto aumentata  
↳ 52,8% aumentata

🥗 **Disponibilità di cibo sano**, sostenibile, biologico e nutriente  
↳ 41,7% molto aumentata  
↳ 38,9% aumentata

👥 **Inclusione e integrazione**  
↳ 30,6% molto aumentate  
↳ 41,7% aumentate

### 5.3 PIANTUMAZIONE

Come previsto dal Piano di Sostenibilità elaborato nel 2022 (si veda pag. 24), nel 2024 Humana ha proseguito l'attività di piantumazione. Grazie alla preziosa **collaborazione con il WWF**, è nato il progetto “Vestiamo le Oasi di Verde”, che ha permesso la **messa a dimora di 5.700 alberi di 39 specie diverse** in sette Oasi delle province di Ancona, Venezia, Bergamo, Milano e Monza e Brianza e in un'area pubblica in provincia di Rovigo.

L'intervento ha l'obiettivo di promuovere la riforestazione, tutelare la biodiversità, compensare le emissioni di CO<sub>2</sub> e stimolare la cittadinanza attiva (sono state **200 le persone coinvolte** da Humana nella preparazione e nella piantumazione dei giovani arbusti), in linea con le politiche locali e nazionali relative alla transizione ecologica e all'inclusione sociale.

La piantumazione è monitorata in ogni fase, in collaborazione con partner tecnici, per assicurare che le specie siano adeguate al contesto ambientale e per valutarne l'attecchimento nel tempo.



“

*Spesso mi sento dire che noi non abbiamo alcun potere di modificare la realtà che ci circonda, invece l'esperienza nell'Orto 3C mi conferma che ciascuno di noi può lasciare un'impronta positiva e che l'unione fa la forza. Ringrazio Humana per avermi dato la possibilità di conoscere belle persone con cui condividere questo percorso.*

Lorena Sabbadini



5.4 PARTNERSHIP AZIENDALI  
E COLLABORAZIONI

Anche nel 2024, Humana ha confermato il suo impegno nella creazione di collaborazioni di valore con aziende sensibili alle tematiche socio-ambientali, ambito in cui opera.

Le partnership, che hanno coinvolto sia stakeholder storici che nuove aziende, hanno dato vita a campagne “take back”, attività di volontariato aziendale e iniziative di informazione e sensibilizzazione.

Take back

Le campagne con aziende di abbigliamento e altri prodotti venduti al dettaglio, realizzate nel 2024, hanno permesso a Humana di **ricevere 252.279 chili di abiti e scarpe**.

Le aziende coinvolte hanno raccolto questi articoli presso i propri punti vendita, offrendo talvolta ai clienti uno sconto sull’acquisto del nuovo.

Gli indumenti così raccolti sono stati donati a Humana, che li ha integrati nella propria filiera a vantaggio dei progetti di cooperazione internazionale. Ogni campagna ha previsto un webinar informativo e di sensibilizzazione destinato ai dipendenti delle aziende partner.

Segue una breve sintesi delle principali campagne realizzate.

OVS

Nei punti vendita, l’azienda ha installato raccoglitori (in osservanza di quanto previsto dalla legge antisprechi), raccogliendo 217.000 chili di abiti.

Timberland

La campagna è stata realizzata in 75 negozi in Europa e ha previsto un contributo a favore del progetto di Humana **Crafts for empowerment in Ecuador** (si veda pag. 117 ) finalizzato a offrire formazione professionalizzante a 50 artigiane indigene nella provincia meridionale di Zamora-Chinchipe.

Scout

Il take back è stato realizzato nei negozi dell’azienda e ha incluso anche il sostegno economico al progetto **Les fruits de demain: migliorare la nutrizione nella popolazione dei villaggi dell’altopiano di Batéké**, in Repubblica Democratica del Congo (si veda pag. 122).

The Style Outlets

La collaborazione ha previsto una raccolta straordinaria di abiti tramite gli appositi contenitori a forma di cuore di Humana, posizionati negli outlet di Vicolungo (NO) e Castel Guelfo (BO).

In aggiunta agli indumenti raccolti, è stata effettuata anche una donazione economica a favore della mission dell’Organizzazione.

Volontariato Aziendale

Le aziende possono offrire ai propri dipendenti un’opportunità di volontariato con Humana, che può concretizzarsi in attività come una raccolta di indumenti interna, lo smistamento degli abiti o il coinvolgimento negli Orti 3C (si veda pag. 135). L’esperienza permette di realizzare piccoli progetti che favoriscono l’interazione tra i partecipanti e con gli attivisti dell’Organizzazione, con benefici per il team building e l’aumento della consapevolezza sui temi socio-ambientali promossi da Humana.

Nel 2024, Humana ha accolto nei propri Orti 3C e nel Centro di smistamento di Pregnana Milanese **127 volontari** di Altroconsumo, Microsoft, Harley & Dickinson e Universal McCann. Inoltre, si sono uniti i **dipendenti delle aziende** che hanno organizzato raccolte di abiti aziendali e si sono impegnati nella gestione dei ritiri e delle consegne a Humana.

Le possibili forme di volontariato aziendale con Humana sono tre:

↔ Raccolta abiti aziendale

Il personale aziendale può organizzare una raccolta di indumenti tra i dipendenti, utilizzando gli ecobox (contenitori in cartone) forniti da Humana. L’attività può essere ampliata con l’organizzazione di uno swap party.

Humana informa le persone coinvolte attraverso un webinar di 30 minuti, durante il quale vengono presentate le finalità sociali e ambientali dell’iniziativa, con spunti di riflessione su come ciascuno possa avere un impatto positivo sul pianeta.

Al termine della campagna, l’azienda riceve una rendicontazione sui quantitativi raccolti e gli impatti ambientali generati.

↔ Selezione abiti

I dipendenti dell’azienda partner possono partecipare alla cernita degli indumenti presso il Centro di smistamento di Humana a Pregnana Milanese.

L’analisi dei capi, la loro suddivisione per tipologia e la scelta della destinazione finale sono i passaggi operativi svolti in affiancamento al personale specializzato di Humana.

↔ 3C Coltiviamo il Clima e la Comunità

L’attività è svolta in provincia di Milano, presso gli Orti di Comunità che Humana gestisce a Cornaredo e Settimo Milanese (dal 2025 anche a Bollate) e può riguardare ad esempio la costruzione di sistemi di raccolta dell’acqua, la piantumazione, l’organizzazione della compostiera o la produzione di arredi per le aree comuni. Per gli attivisti degli orti, collaborare con dipendenti di importanti realtà aziendali e raccontare loro la propria esperienza è motivo di orgoglio e stimola la creazione di un ambiente inclusivo.

Attivazione e consapevolezza

Humana partecipa a tavoli di lavoro e piattaforme dedicate ai temi della sostenibilità. In particolare, è parte attiva di:

**ASviS** (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile), la principale associazione italiana riconosciuta a livello internazionale, impegnata nella diffusione della **cultura dello sviluppo sostenibile** nel nostro Paese.

In questo contesto, Humana partecipa ai **gruppi di lavoro focalizzati sugli SDGs dell’Agenda 2030** dell’ONU, con particolare attenzione agli obiettivi 4 e 17 (si veda pag. 26).

**ICESP** (Piattaforma Italiana degli attori per l’Economia Circolare), promossa da ENEA come iniziativa speculare e integrata alla piattaforma europea ECESP, con l’obiettivo di diffondere la conoscenza dell’**economia circolare**, mappare le buone pratiche in quest’ambito e favorire il dialogo multistakeholder.

**AISEC** (Associazione Italiana per lo Sviluppo dell’Economia Circolare), costituita nel 2014, ha l’obiettivo di promuovere, diffondere e applicare il concetto di **economia circolare** sia a livello nazionale che internazionale. Per il raggiungimento dei propri fini sociali, l’Associazione svolge attività legate all’economia circolare nel contesto più ampio dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale d’impresa.

“Un’amica mi ha parlato degli orti di Humana e mi sono subito interessata perché avevo provato da sola a coltivare ortaggi ma non avevo la preparazione necessaria. Quindi ho colto l’occasione di farmi formare. Non vedo l’ora di raccogliere i frutti.

Aurora Grandini



5.5 AWARENESS

Coerentemente con la propria mission, Humana in Italia è costantemente impegnata nella diffusione di messaggi legati alla sostenibilità, alla tutela ambientale e alla solidarietà, promuovendo una cultura del rispetto, della responsabilità e dell’impegno collettivo.

A tal fine, Humana si impegna sia nell’organizzazione di eventi e iniziative, sia nella partecipazione a quelli promossi da altri, contribuendo così alla costruzione di una società più consapevole e inclusiva.

Di seguito vengono elencati i principali eventi in cui Humana è intervenuta nel 2024.

**G7 ACT** by Alleanza G7 per l’Efficienza delle Risorse.

Humana ha partecipato a nome di UNIRAU-Assoambiente al “G7 ACT – Agenda on Circular Textiles and fashion” voluto dalla presidenza italiana del G7 per lavorare allo sviluppo di un’Agenda volontaria sul tessile e la moda circolare condivisa da governi, imprese, stakeholder e partner per intraprendere passi significativi e concreti verso un cambiamento sistemico e trasformativo all’interno dell’industria tessile e della moda, promuovendo pratiche di economia circolare lungo l’intera catena del valore e favorendo un futuro sostenibile, etico e circolare dell’industria su scala globale.



**Progetto MUSA** (Multilayered Urban Sustainability Action) by Ministero dell’Università e della Ricerca.

Humana, grazie alla collaborazione con Monitor for Circular Fashion, ha preso parte al progetto che il Ministero ha attivato nell’ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza per comunicare e promuovere la circolarità e la sostenibilità nel settore moda e design. In partnership con Casati

Flock e Superforma, Humana ha dato il proprio contributo con il progetto “Dalla moda al design”, concretizzatosi con la creazione di uno sgabello composto da materiale tessile proveniente dalla filiera dell’Organizzazione.



**Earth Day Torino** by AWorld e Club Silencio. Il più grande evento gratuito torinese dedicato a **sostenibilità, clima, ambiente e adozione di buone pratiche**, ha visto la partecipazione di Humana con una raccolta straordinaria di indumenti integrata con l’installazione “Changing room” della Fondazione Pistoletto, incentrata sui concetti di “Reduce, Rethink, React!” per una riflessione sui modelli di produzione e consumo nel Fashion. L’Organizzazione ha realizzato anche un workshop dimostrativo di upcycling in collaborazione con Fondazione Pistoletto e Flavia La Rocca.



**Evento conclusivo del progetto MATE.RIA** by Politecnico Milano.

Il progetto dedicato alla ricerca e all’implementazione di **soluzioni sostenibili per la gestione dei rifiuti tessili post-consumo** mira alla definizione di metodi e azioni per un loro impiego innovativo in architettura.

Humana ha messo a disposizione le competenze del proprio Centro di smistamento destinando al progetto una speciale selezione di tessuti non più riutilizzabili.



**Il Salone della CSR e dell’innovazione sociale** by Università Bocconi.

La dodicesima edizione dell’evento ha proposto il tema “Sfidare le contraddizioni” per porre attenzione sulle **opportunità di cambiamento che la sfida della sostenibilità sta offrendo**.

Humana ha partecipato ai talk “Da rifiuti a risorse: i passi avanti dell’economia circolare”, “Il fenomeno del Second Hand in Italia: opportunità e sfide per i brand di moda” e “Professione sostenibilità: nuove generazioni e aziende in dialogo”.



**Impianti aperti** by FISE Assoambiente e Humana.

In occasione del World Circular Textiles Day, Humana ha aperto le porte del proprio impianto semi-automatico di selezione a Pregnana Milanese (MI) a tecnici, operatori e istituzioni che hanno partecipato anche al convegno “L’EPR nella filiera globale del tessile: scenari futuri tra competenze, innovazioni e impatti”. Il momento di confronto ha presentato le prospettive future per gli operatori in vista delle nuove direttive europee sulla Responsabilità Estesa del produttore.



**Ecomondo**

Humana, insieme a UNIRAU (Unione imprese raccolta riuso e riciclo abbigliamento usato), ha presenziato nel Textile District, pensato per presentare tutti gli attori della filiera tessile sostenibile. Come di consueto, l’Organizzazione è stata presente nello stand di Assorecuperi (l’Associazione nazionale delle imprese operanti

nel settore del recupero di rifiuti) e ha preso parte a numerosi convegni sull’ecodesign, sul comparto italiano del tessile post-consumo e sugli impatti positivi dell’esportazione di abiti usati.



Humana ha promosso i temi del riutilizzo, della lotta allo spreco, della sostenibilità e dell’economia circolare anche attraverso **swap party, laboratori di upcycling, raccolte di abiti straordinarie e tavoli di lavoro** in occasione di eventi come il “**Giardino delle idee**” di Vanity Fair (Milano Design Week), “**La domenica bestiale**” di Cascina Cuccagna a Milano (700 persone coinvolte solo per questo evento), presso la **sede di Conde Nast, “Riverberi, l’eco del cambiamento. Il festival della sostenibilità e della consapevolezza”** curato da TerraLab a Milano, “**Dire, fare, circular**” con lo storico partner Ephoto.

In termini di diffusione dei concetti di circolarità e sostenibilità, particolare importanza ha avuto la tavola rotonda promossa da Humana e Ipsos in Fondazione Sozzani, nel mese di giugno, per presentare i risultati della ricerca “**Second hand, first choice?**”. Tra gli speaker anche The Lycra Company, Candiani e Save the Duck, con i quali si è discusso quanto emerso dall’indagine: il 74% degli intervistati ha dichiarato di essere interessato al mondo del second hand, mentre il 48% non ha mai sentito parlare di moda circolare. Nonostante gli importanti passi avanti che il settore ha compiuto in Italia soprattutto negli ultimi anni, circa 1 persona su 2 non ha mai acquistato abiti usati; interessante inoltre come i consumatori oggi ritengano i brand di moda impegnati principalmente sul versante ambientale della sostenibilità, ma chiedano in futuro un impegno anche sul fronte sociale.

Anche i negozi Humana Vintage e Humana People sono stati teatro di incontri, convegni e workshop utili ad attivare il pubblico sull’adozione di uno stile di vita sostenibile e consapevole.

5.6 VOLONTARIATO INTERNAZIONALE

Nel 2024, Humana Italia, con le Organizzazioni consorelle europee, ha nuovamente aderito al programma di volontariato internazionale della Federazione Humana People to People (in passato, Humana Italia formava e inviava volontari ai progetti di sviluppo, ma dopo una pausa di alcuni anni, è stata riattivata la promozione e il reclutamento).

Nel 2024, **14 volontari italiani** sono stati inviati presso i progetti gestiti dalle Organizzazioni consorelle di Humana in **Malawi, Zambia e India**.

Qui hanno trascorso sei mesi, dopo una formazione di tre mesi in Danimarca, dove hanno anche passato un mese alla fine del programma per valutare e condividere l’esperienza.

Le persone coinvolte, con formazione, età e background diversi, hanno supportato gli staff dei progetti, entrando a stretto contatto con le comunità locali durante ogni fase di lavoro sul campo.

L’obiettivo del programma è **promuovere la solidarietà** internazionale e lo **sviluppo sostenibile**, offrendo un’opportunità concreta per contribuire al cambiamento e per crescere sia personalmente che professionalmente.

Le informazioni sul programma sono disponibili sui canali social e sul sito istituzionale dell’Organizzazione.

5.7 RACCOLTA FONDI

Il programma di **Sostegno a Distanza (SAD)** che Humana Italia implementa da oltre 20 anni, ha come protagonisti i bambini accolti nei Centri Children’s Town di Maputo in Mozambico e Malambanyama in Zambia e gli studenti dell’Istituto Politecnico di Nacala in Mozambico (si vedano gli approfondimenti di pag. 119 nella sezione “Istruzione primaria” e a pag. 116 nella sezione “Scuole Professionali”).

Nel 2024, l’Organizzazione ha ricevuto 10.830 euro attraverso il programma SAD.

Di questi, 6.578 euro sono stati devoluti ai 3 progetti sopra menzionati, mentre la restante somma è stata utilizzata da Humana Italia per le proprie attività istituzionali

Inoltre, grazie alla **raccolta fondi**, Humana ha ricevuto 18.013,07 euro per il sostegno alla propria mission. A tale somma si aggiungono i fondi ottenuti tramite il **5x1000**.

A dicembre 2023, Humana Italia ha ricevuto 7.483 euro dalla campagna del 5x1000 del 2022, relativa ai redditi 2021, condotta a favore del progetto “Formigas do Futuro” in Mozambico (si veda pag. 118).

Di questa somma, 6.735 euro sono stati inviati all’inizio del 2024 in Mozambico per l’acquisto di attrezzature e materiali didattici e di servizio. I restanti 748 euro sono stati utilizzati da Humana Italia per attività istituzionali.

Infine, a dicembre 2024, Humana Italia ha ricevuto la donazione del 5x1000 del 2023, relativa ai redditi del 2022, pari a 6.560,15 euro.

La donazione è stata suddivisa permettendo l’invio nel 2025 di 5.904,14 euro al progetto “Formigas do Futuro” in Mozambico e l’utilizzo di 656,01 euro a copertura di costi istituzionali e amministrativi dell’Organizzazione, così come deliberato in data 13 dicembre 2024 dal Consiglio di Amministrazione dell’Associazione.

5.8 SCUOLE ED EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA GLOBALE

Nel corso del 2024, Humana ha incontrato **4.644 alunni di scuole dell’infanzia, primarie e secondarie**, nelle province di Ferrara, Verona, Treviso, Brescia, Genova e Milano.

Grazie al programma di Educazione alla cittadinanza globale, l’Organizzazione ha dedicato 284 ore agli incontri con gli studenti, stimolando bambini, ragazzi e insegnanti a diventare consapevoli delle dinamiche legate alla solidarietà e alla tutela ambientale.

Conscia che il coinvolgimento diretto degli studenti ne facilita l’attivazione, Humana adotta una metodologia che pone **lo studente al centro della lezione, rendendolo co-creatore e protagonista**.

Il formatore, oltre a presentare l’argomento, guida la riflessione e offre spazi per la scoperta autonoma.

Gli incontri prevedono momenti di spiegazione frontale e laboratori, differenziati per fascia d’età, dove il gioco e l’esperienza diretta agevolano l’acquisizione di concetti e informazioni.

L’offerta formativa esplora la distinzione tra economia lineare e circolare, l’applicazione della “regola” delle 3R (Riduci, Riusa, Ricicla), le possibilità di recupero di quanto solitamente destinato a diventare rifiuto. Le tematiche ambientali sono sempre connesse a quelle della

giustizia sociale e della solidarietà, in un intreccio di causa-effetto, valorizzazione-spreco e risorsa-opportunità.

Tra gli studenti incontrati, 250 erano studenti dell’Istituto Caterina da Siena di Milano, in particolare degli indirizzi moda/tessile e grafico/ comunicazione e rientrano nel progetto **Let’s go! Giovani Creativi per un futuro più sostenibile** finanziato da Fondazione Cariplo e realizzato da Humana in collaborazione con ilVespaio ETS e i Ludosofici. Il progetto, incentrato sul rafforzamento del **protagonismo giovanile e il miglioramento dell’offerta formativa scolastica** sui temi della sostenibilità ambientale, è articolato in due fasi: formazione teorica su economia circolare, cibo e ambiente, seguita da laboratori pratici e uscite didattiche. Gli studenti hanno co-progettato e realizzato prodotti artistici e creativi (collezioni di moda sostenibile, installazioni o podcast) utilizzando materiali riciclati. Le attività hanno previsto anche eventi pubblici e uno swap party per sensibilizzare la comunità di riferimento dell’istituto.

Il progetto mira a **sviluppare competenze creative, sociali e ambientali, stimolare comportamenti responsabili e creare un ponte tra scuola, territorio e cittadinanza**.

5.9 COMUNICAZIONE

Gli obiettivi della mission vengono comunicati costantemente attraverso i canali istituzionali e promozionali dell’Organizzazione. L’Ufficio Comunicazione e Marketing, utilizzando il sito [humanaitalia.org](http://humanaitalia.org) e il portale dedicato alla raccolta degli abiti [raccoltavestiti.humanaitalia.org](http://raccoltavestiti.humanaitalia.org), i canali social, nonché in occasione di eventi e all’interno dei negozi dell’Organizzazione, diffonde le tematiche che Humana promuove: solidarietà, cooperazione, capacity building, tutela ambientale, economia circolare, moda sostenibile, sensibilizzazione, mobilitazione e attivismo comunitario. Gli spunti informativi trattano attività tipiche come la realizzazione dei **progetti sociali e di sviluppo, la filiera tessile post consumo, la responsabilità sociale d’impresa, le iniziative di raccolta fondi e le partnership**.

Sia la comunicazione istituzionale che quella specifica dei negozi sono gestite con il supporto di un’agenzia esterna, in particolare per quanto riguarda i canali social.

**Tabella 1** Risultati dei principali canali di comunicazione al 31.12.2024, con raffronto all’anno precedente

| Canale                                                                                 | Overview                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| E-newsletter                                                                           | 20 edizioni che hanno raggiunto 22.000 persone                    |
| Uscite stampa                                                                          | 453 (+25,8%)                                                      |
| <a href="http://www.humanaitalia.org">www.humanaitalia.org</a>                         | 59.037 visualizzazioni (-7%) da parte di 26.332 utenti (stabile)  |
| <a href="http://raccoltavestiti.humanaitalia.org">raccoltavestiti.humanaitalia.org</a> | 294.207 visualizzazioni (+4%) da parte di 114.411 utenti (+12,4%) |
| Facebook                                                                               | 18.207 follower (stabile)                                         |
| Instagram                                                                              | 6.991 follower (+15%)                                             |
| Linkedin                                                                               | 6.039 follower (+18,6%)                                           |

GRI Content Index

|                     |                                                                                                                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dichiarazione d’uso | Humana Italia ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard Global Reporting Initiative per il periodo 1 gennaio-31 dicembre 2024 |
| GRI 1 utilizzato    | GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021                                                                                                       |

| GRI Standard                          | Disclosure                                                                    | Ubicazione                                                                                        |        | Commenti                                              |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------------------------|
|                                       |                                                                               | Paragrafo                                                                                         | Pagina |                                                       |
| GRI 2<br>Informativa<br>generale 2021 | 2-1 Dettagli sull'Organizzazione                                              | Nota metodologica - Perimetro e scopo                                                             | 11     |                                                       |
|                                       |                                                                               | 1.1 Chi siamo - La struttura organizzativa                                                        | 42     |                                                       |
|                                       | 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'Organizzazione | Nota metodologica - Perimetro e scopo                                                             | 11     |                                                       |
|                                       |                                                                               | Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del bilancio di sostenibilità                   | 12     |                                                       |
|                                       | 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                 | Nota metodologica - Perimetro e scopo                                                             | 11     |                                                       |
|                                       | 2-4 Restatement delle informazioni                                            | Nota metodologica - Perimetro e scopo                                                             | 11     |                                                       |
|                                       |                                                                               | 3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana           | 98     |                                                       |
|                                       | 2-5 Assurance esterna                                                         |                                                                                                   |        | Il documento non è stato oggetto di assurance esterna |
|                                       | 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business                  | 1.1 Chi siamo                                                                                     | 32     |                                                       |
|                                       |                                                                               | 1.2 Le performance economiche - Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia scarl | 53     |                                                       |
|                                       |                                                                               | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                                       | 86     |                                                       |
|                                       | 2-7 Dipendenti                                                                | 2.1 I collaboratori di Humana Italia                                                              | 60     |                                                       |
|                                       |                                                                               | Informativa generale - Tabelle 1, 2, 3                                                            | 71-72  |                                                       |
|                                       | 2-8 Lavoratori non dipendenti                                                 | 2.5 Il personale esterno                                                                          | 70     |                                                       |
|                                       |                                                                               | Informativa generale - Tabelle 1, 2, 3, 4                                                         | 71-72  |                                                       |
|                                       | 2-9 Struttura e composizione della governance                                 | 1.1 Chi Siamo - La struttura organizzativa                                                        | 42     |                                                       |

| GRI Standard                                | Disclosure                                                                               | Ubicazione                                                                                          |        | Commenti |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|
|                                             |                                                                                          | Paragrafo                                                                                           | Pagina |          |
|                                             | 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti | 1.1 Chi siamo - La struttura organizzativa                                                          | 42     |          |
|                                             | 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                               | Lettera agli stakeholder                                                                            | 5      |          |
|                                             | 2-23 Impegni assunti tramite policy                                                      | Nota metodologica - Piano di sostenibilità e il contributo agli SDGs                                | 24     |          |
|                                             |                                                                                          | 1.1 Chi siamo - Vision, Mission e Valori                                                            | 40     |          |
|                                             |                                                                                          | 1.1 Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'Organizzazione                                          | 47     |          |
|                                             |                                                                                          | 1.1 Chi Siamo - Modello Organizzativo e Codice Etico                                                | 48     |          |
|                                             | 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità                         | 1.1 Chi Siamo - Modello Organizzativo e Codice Etico                                                | 48     |          |
|                                             | 2-27 Conformità a leggi e regolamenti                                                    | 1.1 Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'Organizzazione                                          | 47     |          |
|                                             | 2-28 Adesione ad associazioni                                                            | 1.1 Chi Siamo                                                                                       | 32     |          |
|                                             |                                                                                          | 1.1 Chi Siamo - La struttura organizzativa                                                          | 42     |          |
|                                             | 2-29 Coinvolgimento degli stakeholder                                                    | Nota metodologica - Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento                                 | 22     |          |
|                                             | 2-30 Accordi di contrattazione collettiva                                                | 2.1 I collaboratori di Humana                                                                       | 60     |          |
| GRI 3<br>Temi materiali                     | 3-1 - Processo per determinare i temi materiali                                          | Nota Metodologica - Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità | 12     |          |
|                                             | 3-2 - Elenco dei temi materiali                                                          | Nota Metodologica - Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del bilancio di sostenibilità | 12     |          |
| Tema: Impatti positivi sulle comunità       |                                                                                          |                                                                                                     |        |          |
| GRI 3<br>Temi materiali                     | 3-3 Gestione del tema                                                                    | 4.1 L'approccio di Humana                                                                           | 104    |          |
| GRI 203<br>Impatti economici indiretti 2016 | 203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati                                 | 4.2 Cooperazione internazionale                                                                     | 105    |          |
|                                             | 203-2 Impatti economici indiretti significativi                                          | 3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana             | 98     |          |
|                                             |                                                                                          | 4.2 Cooperazione internazionale                                                                     | 105    |          |

| GRI Standard                                                                 | Disclosure                                                                                                                        | Ubicazione                                     | Commenti |                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                              |                                                                                                                                   | Paragrafo                                      | Pagina   |                                                                                                                                                     |
| <b>GRI 413</b><br><b>Comunità locali</b>                                     | 413-1 Operazioni che prevedono il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo             | 4.1 <i>L'approccio di Humana</i>               | 104      | Tutti i progetti sociali di Humana prevedono l'ascolto e l'osservazione dei bisogni degli stakeholder con il coinvolgimento diretto dei beneficiari |
| <b>Tema: Sviluppo del capitale umano</b>                                     |                                                                                                                                   |                                                |          |                                                                                                                                                     |
| <b>GRI 401</b><br><b>Occupazione 2016</b>                                    | 401-1 Nuove assunzioni e turnover                                                                                                 | 2.1 <i>I collaboratori di Humana Italia</i>    | 60       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              |                                                                                                                                   | <i>Occupazione - Tabelle 5, 6 e 7</i>          | 73-74    |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato      | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
| <b>GRI 404</b><br><b>Formazione e Istruzione 2016</b>                        | 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente                                                                                | 2.3 <i>Formazione e crescita professionale</i> | 65       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              |                                                                                                                                   | <i>Formazione e istruzione - Tabella 11</i>    | 76       |                                                                                                                                                     |
| <b>Tema: Sicurezza, salute e benessere dei collaboratori e dei volontari</b> |                                                                                                                                   |                                                |          |                                                                                                                                                     |
| <b>GRI 403</b><br><b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>                       | 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                                     | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-2/4 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti                                           | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro                   | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e di sicurezza                                                               | 2.3 <i>Formazione e crescita professionale</i> | 65       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-6 Promozione della salute dei lavoratori                                                                                      | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 2.5 <i>Il personale esterno</i>                | 70       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              | 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro                                      | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       | Il Sistema di gestione si applica a tutti i dipendenti e collaboratori di Humana Italia                                                             |
|                                                                              | 403-9 Infortuni sul lavoro                                                                                                        | 2.4 <i>Salute, sicurezza e benessere</i>       | 67       |                                                                                                                                                     |
|                                                                              |                                                                                                                                   | 2.5 <i>Il personale esterno</i>                | 70       |                                                                                                                                                     |
| <i>Salute e sicurezza sul lavoro - Tabella 8,9,10</i>                        |                                                                                                                                   | 75-76                                          |          |                                                                                                                                                     |

| GRI Standard                                                     | Disclosure                                                                                         | Ubicazione                                                                                                                                                        | Commenti |                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                  |                                                                                                    | Paragrafo                                                                                                                                                         | Pagina   |                                                                                                           |
| Tema: Tutela delle diversità e delle pari opportunità            |                                                                                                    |                                                                                                                                                                   |          |                                                                                                           |
| GRI 3<br>Temi materiali                                          | 3-3 Gestione del tema                                                                              | 2.2 Pari opportunità e multiculturalismo                                                                                                                          | 62       |                                                                                                           |
| GRI 405<br>Diversità e pari opportunità 2016                     | 405-1 Diversità negli organi di governo e tra dipendenti                                           | 2.2 Pari opportunità e multiculturalismo                                                                                                                          | 62       |                                                                                                           |
|                                                                  |                                                                                                    | Diversità e pari opportunità - Tabelle 12, 13, 14 e 15                                                                                                            | 77-78    |                                                                                                           |
| GRI 406<br>Non discriminazione 2016                              | 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate                                      | 2.2 Pari opportunità e multiculturalismo                                                                                                                          | 62       |                                                                                                           |
| Tema: Relazioni con il sistema socio-politico                    |                                                                                                    |                                                                                                                                                                   |          |                                                                                                           |
| GRI 3<br>Temi materiali                                          | 3-3 Gestione del tema                                                                              | 4.2 Cooperazione internazionale                                                                                                                                   | 105      |                                                                                                           |
|                                                                  |                                                                                                    | 5.1 Attività socio-ambientali in Italia                                                                                                                           | 134      |                                                                                                           |
| GRI 415<br>Politica pubblica                                     | 415-1 Contributi Politici                                                                          |                                                                                                                                                                   |          | Nel 2024 non sono stati erogati contributi politici finanziari e in natura, direttamente o indirettamente |
| Tema: Tutela della salute e sicurezza dei donatori e dei clienti |                                                                                                    |                                                                                                                                                                   |          |                                                                                                           |
| GRI 3<br>Temi materiali                                          | 3-3 Gestione del tema                                                                              | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera - Il servizio di raccolta indumenti                                                                                   | 90       |                                                                                                           |
|                                                                  |                                                                                                    | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera - la destinazione degli abiti - Destinazione riutilizzo. I negozi Humana Vintage e Second Hand in Italia e all'estero | 95       |                                                                                                           |
| GRI 416<br>Salute e sicurezza dei clienti 2016                   | 416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                                                                                                       | 86       |                                                                                                           |
| Tema: Generazione di valore e allocazione delle risorse          |                                                                                                    |                                                                                                                                                                   |          |                                                                                                           |
| GRI 3<br>Temi materiali                                          | 3-3 Gestione del tema                                                                              | 1.2 Le performance economiche - Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia scarl                                                                 | 53       |                                                                                                           |
| GRI 201<br>Performance economiche 2016                           | 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito                                         | 1.2 Le performance economiche - Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia scarl                                                                 | 53       |                                                                                                           |
| G4 NGO Sector Disclosures                                        | DMA Resource Allocation, Former NGO-7                                                              | Il contributo di Humana onlus ai progetti nel mondo, suddiviso per provenienza - Tabella 3                                                                        | 57       |                                                                                                           |

| GRI Standard                                                   | Disclosure                                                                   | Ubicazione                                                                              | Commenti                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                |                                                                              | Paragrafo                                                                               | Pagina                                                                                           |
| Tema: Contrasto alla corruzione                                |                                                                              |                                                                                         |                                                                                                  |
| GRI 3<br>Temi materiali                                        | 3-3 Gestione del tema                                                        | 1.1 Chi Siamo – Modello Organizzativo e Codice Etico                                    | 48                                                                                               |
| GRI 205<br>Anticorruzione 2016                                 | 205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione                | 1.1 Chi Siamo – Modello Organizzativo e Codice Etico                                    | 48                                                                                               |
|                                                                | 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese                    | 1.1. Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'Organizzazione                             | 47                                                                                               |
| Tema: Trasparenza e sostenibilità della filiera                |                                                                              |                                                                                         |                                                                                                  |
| GRI 3<br>Temi materiali                                        | 3-3 Gestione del tema                                                        | 1.1. Chi Siamo - Vision, mission e valori                                               | 40                                                                                               |
|                                                                |                                                                              | 1.1. Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'Organizzazione                             | 47                                                                                               |
|                                                                |                                                                              | 3.1 Una filiera trasparente e sicura                                                    | 82                                                                                               |
| GRI 308<br>Valutazione ambientale dei fornitori 2016           | 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali |                                                                                         | Nel 2024 non sono stati inseriti nuovi fornitori                                                 |
| GRI 414<br>Valutazione sociale dei fornitori 2016              | 414-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali    |                                                                                         | Nel 2024 non sono stati inseriti nuovi fornitori                                                 |
| GRI 417<br>Marketing ed etichettatura                          | 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing          |                                                                                         | Nel 2024 non sono stati registrati casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing |
| Tema: Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali |                                                                              |                                                                                         |                                                                                                  |
| GRI 3<br>Temi materiali                                        | 3-3 Gestione del tema                                                        | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                             | 86                                                                                               |
|                                                                |                                                                              | 3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana | 98                                                                                               |
| GRI 301<br>Materiali 2016                                      | 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume                                 | 3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi                                | 100                                                                                              |
|                                                                | 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riuso o riciclo                 | 3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi                                | 100                                                                                              |
| GRI 306<br>Rifiuti 2020                                        | 306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti               | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                             | 86                                                                                               |
|                                                                | 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento                                    | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                             | 86                                                                                               |
|                                                                | 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento                                     | 3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera                                             | 86                                                                                               |

| GRI Standard                                             | Disclosure                               | Ubicazione                                               | Commenti |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------|
|                                                          |                                          | Paragrafo                                                | Pagina   |
| Tema: Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico |                                          |                                                          |          |
| GRI 3<br>Temi materiali                                  | 3-3 Gestione del tema                    | 3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi | 100      |
|                                                          |                                          | 4.2 Cooperazione internazionale                          | 105      |
|                                                          |                                          | 5.1 Attività socio-ambientali in Italia                  | 134      |
| GRI 305<br>Emissioni 2016                                | 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | 3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi | 100      |
|                                                          | 305-2 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) | 3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi | 100      |

Sede legale

Humana People to People Italia società  
cooperativa a responsabilità limitata (scarl)  
Via Bergamo 9B  
20006 Pregnana Milanese (MI)  
Tel. 02 9396401  
info@humanaitalia.org  
CF/PI 12624380155

Humana People to People Italia onlus  
Via Bergamo 9B  
20006 Pregnana Milanese (MI)  
Tel. 02 9396401  
info@humanaitalia.org  
PI 03146260967  
CF 93524700155

Sedi operative

Via Rivarolo 57/59 rossi  
16161 Genova  
Tel. 010 2790309  
genova@humanaitalia.org

Via dei Pastai  
64025 Pineto (TE)  
Tel. 085 9462201  
teramo@humanaitalia.org

Via dell'Artigianato 28  
45100 Rovigo  
Tel. 0425 471049  
rovigo@humanaitalia.org

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

Via Bergamo 9B  
20006 Pregnana M. (MI)  
Tel. 02 93964030  
milano@humanaitalia.org

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

I nostri negozi

HUMANA VINTAGE ONLINE

[www.humanavintage.it](http://www.humanavintage.it)

HUMANA VINTAGE

BOLOGNA

Via Righi 16/18  
Tel. 051 3169948  
humanavintagebologna@humanaitalia.org

Via San Felice 37  
Tel. 051 0560798  
humanavintagebologna2@humanaitalia.org

FIRENZE

Via Delle Belle Donne 4R  
Tel. 055 9867715  
humanavintagefirenze@humanaitalia.org

GENOVA

Via San Vincenzo 112/114/116  
Tel. 010 8607578  
humanavintagegenova@humanaitalia.org

MILANO

Via Cappellari 3  
Tel. 02 72080606  
humanavintagemilano@humanaitalia.org

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

Via Vigevano 32  
Tel. 02 40026259  
humanavintagemilano3@humanaitalia.org

Viale Monza 19  
Tel. 02 35943039  
humanavintagemilano4@humanaitalia.org

PADOVA (aperto nel 2025)

Via Roma 104  
049 0965309  
humanavintagepadova@humanaitalia.org

PARMA (aperto nel 2025)

Strada della Repubblica 38  
Tel. 0521 1401858  
humanavintageparma@humanaitalia.org

ROMA

Via Cavour 102  
Tel. 06 48906187  
humanavintageroma@humanaitalia.org

Corso Vittorio Emanuele II 199

Tel. 06 37896956  
humanavintageroma2@humanaitalia.org

Via Leonina 38/41 Rione Monti

Tel. 06 483831  
humanavintageroma3@humanaitalia.org

Via Della Scala 13

Tel. 06 69369988  
humanavintageroma4@humanaitalia.org

TORINO

Via dei Mercanti 18  
Tel. 011 5612918  
humanavintagetorino@humanaitalia.org  
Via Po 39  
Tel. 011 8017042  
humanavintagetorino2@humanaitalia.org

VERONA

Piazza Pasque Veronesi 5  
Tel. 045 6118138  
humanavintageverona@humanaitalia.org

HUMANA PEOPLE

BOLOGNA (aperto nel 2025)

Via Marconi 51  
Tel. 051 0035918  
humanashbologna@humanaitalia.org

FIRENZE

Via Faenza 63R  
Tel. 055 5324420  
humanashfirenze@humanaitalia.org

MILANO

Via De Amicis 45  
Tel. 02 87066366  
humanashmilano@humanaitalia.org

TORINO

Corso Vittorio Emanuele II 41  
Tel. 011 655592  
humanashtorino@humanaitalia.org

Indirizzi siti web

ISTITUZIONALE

[www.humanaitalia.org](http://www.humanaitalia.org)

RACCOLTA INDUMENTI

<http://raccoltavestiti.humanaitalia.org>

NEGOZI

[www.humanavintage.it](http://www.humanavintage.it)



**HUMANA**  
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO