



HUMANA
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO

25

Da 25 anni generiamo
cambiamento insieme

Bilancio di sostenibilità 2021/22

Bilancio di sostenibilità 2021/22



HUMANA
PICCOLI GESTI CHE TRASFORMANO IL MONDO

| 25

Con il supporto metodologico di:



Coordinamento:

**Ufficio Certificazioni e Processi
di Humana People to People Italia**

Progetto a cura di:

I MILLE

Direzione Creativa:

Pietro Spagnolo

Progetto grafico e impaginazione:

Mariangela Savoia

Composizione tipografica:

Source Serif 4 di Frank Grießhammer
e **Uncut Sans** di Kasper Nordkvist,
famiglie di caratteri open source

Stampa:

Fourcolors sas

Stampato su carta riciclata Lenza

Lettera agli Stakeholder

Raccontare 25 anni di passione e dedizione è un viaggio arduo ma emozionante. Humana People to People in Italia non è solo una presenza; è un cuore pulsante che ha vissuto, affrontato e respirato insieme alla comunità preoccupazioni sfide e successi.

Da quando Ulla Carina Bolin ha avviato la sede italiana di Humana nel 1998, ogni momento sia di gioia che di difficoltà, ha forgiato il nostro percorso. Dalla crisi del 2008 ai turbamenti globali come la guerra tra Russia e Ucraina, ai mutamenti climatici che hanno riscritto le regole del nostro amato pianeta, e fino all'imprevedibile emergenza del Covid, ogni prova ci ha resi più forti e determinati.

Già allora, abbiamo abbracciato gli obiettivi che successivamente sono stati formalizzati dall'ONU nell'Agenda 2030. Ogni giorno, ci battiamo per un mondo in cui l'istruzione, la salute, l'agricoltura sostenibile, la parità di genere e la lotta alla povertà siano traguardi concreti e non solo ideali. La nostra missione? Creare un futuro più giusto e sostenibile, dove ogni individuo possa realizzarsi e vivere in armonia con l'ambiente e le persone **(GRI 2-22)**.

La nostra storia è intrecciata con la giustizia sociale e la sostenibilità, valori che guidano ogni nostra azione. Ogni indumento raccolto è da noi valorizzato, ogni gesto di solidarietà riflette il nostro impegno incessante per migliorare la vita delle persone e proteggere il nostro pianeta.

Dalla Danimarca, dove Humana ha visto la luce negli anni '70, abbiamo portato con noi un'innovazione radicata nella solidarietà e nella professionalità. In Italia abbiamo lavorato guidando e ispirando dialoghi e iniziative per influenzare positivamente l'industria tessile e promuovere un futuro sostenibile.

Dal 1998 abbiamo raccolto 355 milioni di chili di indumenti che hanno permesso di offrire a circa un milione di persone in Africa, Asia e America Latina strumenti di cambiamento e sviluppo.

Con profonda gratitudine, riconosciamo che ogni risultato raggiunto è il frutto dell'energia, della passione e dell'impegno di innumerevoli persone. A tutti coloro che hanno dato vita alle molteplici sfaccettature di Humana People to People, va il nostro ringraziamento. Dai collaboratori ai volontari, dai partner alle istituzioni. Insieme abbiamo creato un impatto tangibile e concreto, generato opportunità e ispirato una nuova visione di solidarietà sociale e tutela ambientale.

Il nostro impegno quotidiano è la base su cui costruiamo le opportunità di giustizia, pace e dignità, presenti e future, per tutti. Ciò dipende in modo significativo dagli sforzi ingenti che mettiamo in campo per supportare le persone più povere ad adattarsi agli effetti dei cambiamenti climatici.

Ogni giorno con cuore, anima, trasparenza e professionalità continuiamo a tessere la trama di una storia di speranza.

Ulla Carina Bolin
Presidente di Humana
People to People Italia ONLUS

Kare Dahne
Presidente di Humana
People to People Italia SCARL

Nota metodologica 8

Perimetro e scopo del bilancio di sostenibilità	8
Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del bilancio di sostenibilità	9
Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	10
Piano di sostenibilità e il contributo agli SDGS	10
Gli SDGs prioritari	20

1 Humana People to People Italia 24

1.1 CHI SIAMO	26
Highlights	28
La storia di Humana	30
25 anni di Humana	32
Vision & Mission	36
Manifesto	38
Vision, mission e valori	40
Federazione Internazionale Humana People to People	40
La struttura organizzativa	40
Legalità e trasparenza nell'organizzazione	42
Modello Organizzativo e Codice Etico	44
1.2 LE PERFORMANCE ECONOMICHE	46
Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Scarl	46
Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus	48

2 La nostra squadra 50

2.1 I COLLABORATORI DI HUMANA ITALIA	52
2.2 PARI OPPORTUNITÀ E MULTICULTURALISMO	56
2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE	58
2.4 SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE	59
2.5 IL PERSONALE ESTERNO	60
Risorse Umane in numeri	61

3 La filiera della raccolta abiti 70

3.1 UNA FILIERA TRASPARENTE E SICURA	72
La filiera	74
3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA NOSTRA FILIERA	76
Affidamento del servizio	76
Il servizio di raccolta indumenti di Humana	76
Le destinazioni degli abiti	81
A) La vendita degli abiti alle organizzazioni Humana in Europa	81
B) La vendita degli abiti a clienti esterni al circuito Humana	81
C) La fornitura degli abiti al centro di smistamento di Humana Italia	81
C.1) Destinazione riutilizzo. I negozi vintage e second hand in Italia e all'estero	82
C.2) Destinazione riciclo	83
C.3) Destinazione coincenerimento	86
3.3 GLI IMPATTI POSITIVI GENERATI DALLA NOSTRA FILIERA DI VALORIZZAZIONE DEGLI ABITI	86
3.4 L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE NELLA GESTIONE DEI PROCESSI	88
I consumi di Humana	88

4 Progetti sociali nel mondo e in Italia 92

4.1 L'APPROCCIO DI HUMANA 94

4.2 COOPERAZIONE E SVILUPPO NEL MONDO 96

Istruzione e formazione 100

Scuole magistrali 100

Scuole professionali 104

Um futuro Aberto para as mulheres e os jovens 106

Prevenzione e tutela della salute 108

Prevenzione HIV/AIDS e tubercolosi 112

Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile 116

SCA — Screening, cura e alimentazione 120

Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare 122

Ricostruzione e resilienza post Ciclone Idai 126

4.3 ATTIVITÀ SOCIALI IN ITALIA: ATTIVISMO CLIMATICO 128

TESTIMONIANZE 131

5 Generiamo cambiamento insieme 132

5.1 FARE RETE PER LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA SOLIDARIETÀ 134

5.2 CON FONDAZIONI E ISTITUZIONI 136

5.3 CON LE AZIENDE PARTNER 136

Denim riciclato: in partnership per una produzione sostenibile 139

5.4 CON I SOSTENITORI 142

5.5 CON I VOLONTARI 142

5.6 PROMOZIONE SOCIALE E AMBIENTALE 144

Venice Sustainable Fashion Forum 2022 148

5.7 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ 149

5.8 COMUNICAZIONE 150

PARTNER, ENTI E AZIENDE 152

Nota metodologica

Perimetro e scopo del bilancio di sostenibilità

Il **Bilancio di Sostenibilità** è lo strumento che abbiamo scelto per presentare le attività, i progetti, le iniziative e i risultati relativi al **biennio 2021-2022** in ambito economico, sociale e ambientale di **Humana People to People Italia ONLUS e Humana People to People Italia Società Cooperativa a r.l. (GRI 2-1, 2-2)**, di seguito collettivamente indicate come Humana o Humana Italia, salvo dove diversamente specificato.

Il presente Bilancio si colloca all'interno di un percorso iniziato nel 2015 con l'adozione delle linee guida della **Global Reporting Initiative (GRI)** secondo un approccio che nel tempo ha portato Humana Italia a rendicontare con sempre maggiore precisione e ricchezza di indicatori la propria attività. Il presente documento è pertanto redatto **con riferimento ai GRI Sustainability Reporting Standards 2021**.

Il Bilancio di Sostenibilità viene normalmente redatto con cadenza annuale (**GRI 2-3**); a causa dell'emergenza pandemica abbiamo redatto una versione biennale per gli anni 2019-2020, pubblicata nell'autunno del 2021. Tale ritardo ha comportato nuovamente la **formulazione biennale** per gli anni 2021-2022, mentre per gli anni successivi verrà ripresa la cadenza annuale. L'ultima versione pubblicata è disponibile all'indirizzo:

↪ www.humanaitalia.org/trasparenza.

La redazione è stata curata dall'ufficio Certificazioni e Processi, in collaborazione con i diversi reparti operativi e con il supporto metodologico di ALTIS Advisory, Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio è possibile rivolgersi a Greta Tenardi: g.tenardi@humanaitalia.org, tel. 02.93.96.40.42 (**GRI 2-3**).

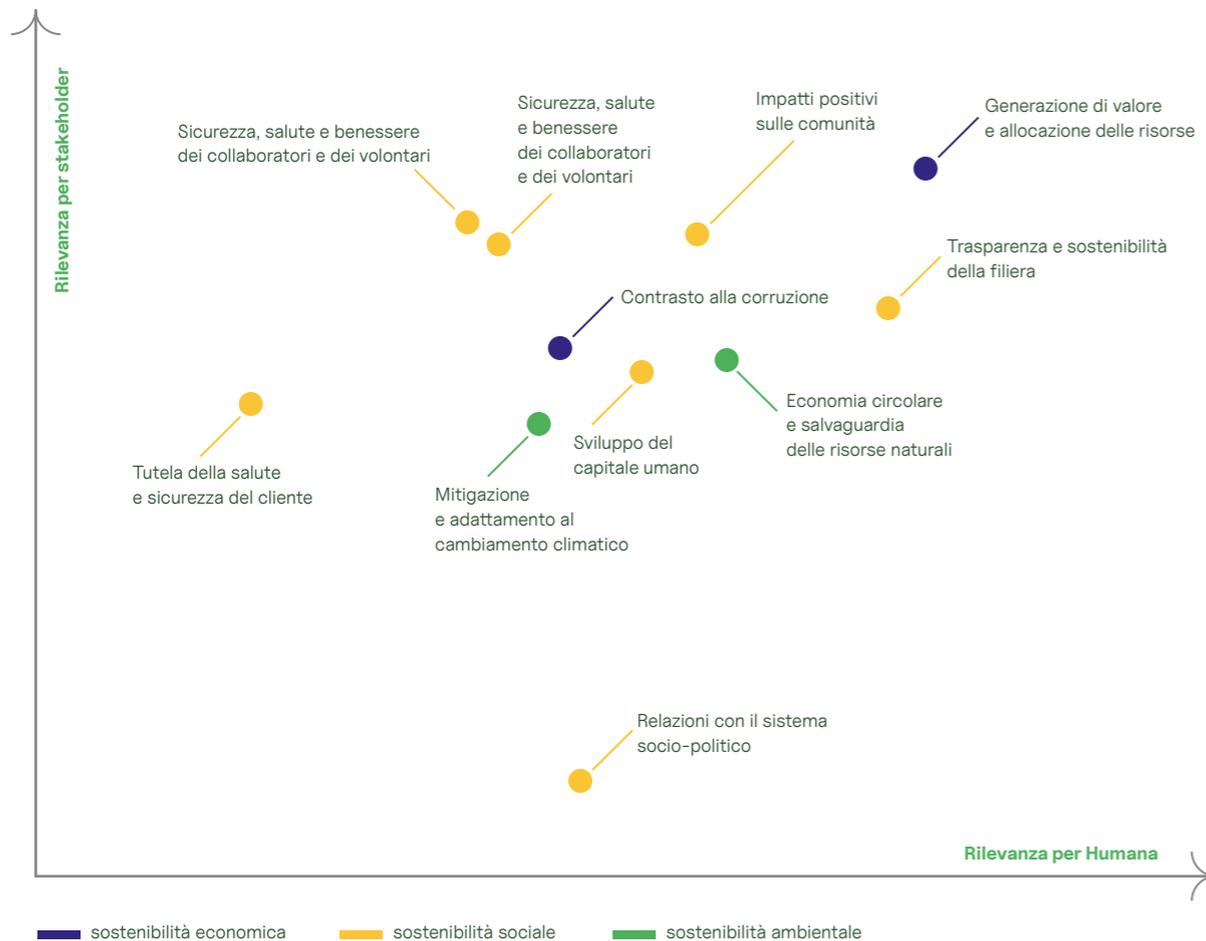
Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del bilancio di sostenibilità (GRI 2-2)

I contenuti del Bilancio sono stati selezionati sulla base dei risultati dell'**analisi di Materialità**, con il fine di individuare gli aspetti rilevanti, i cosiddetti temi materiali, per Humana Italia e per i suoi stakeholder. Come indicato dai GRI Standards, che hanno fornito le linee guida per la redazione del presente Bilancio, sono considerati materiali gli aspetti in grado di rappresentare i principali impatti economici, sociali e ambientali dal punto di vista di Humana e da quello dei suoi stakeholder (↪ Tabella 1).

La **matrice di materialità** (↪ Figura 1) è stata aggiornata nell'esercizio 2020, individuando una lista di aspetti potenzialmente rilevanti da sottoporre a valutazione, sulla base delle linee guida **GRI Standards e NGO Sector Specific Disclosures**, dei trend emergenti di settore e degli obiettivi strategici di Humana. La selezione degli aspetti materiali è stata svolta grazie a un percorso di **ascolto degli stakeholder** interni (management e funzioni organizzative) ed esterni (tra cui consociate estere, clienti all'ingrosso e al dettaglio, aziende e fondazioni partner, coordinatori dei progetti di cooperazione internazionale, enti che ci affidano il servizio di raccolta indumenti, istituzioni pubbliche locali, mass media e volontari). Gli stakeholder sono stati coinvolti in **interviste individuali** e nella compilazione di un **questionario** che ha previsto l'attribuzione di un valore di rilevanza (da 1 a 5) ai singoli aspetti. La matrice è stata successivamente revisionata dal Comitato Direttivo di Humana, validata e approvata dallo stesso. Dalla matrice di Materialità 2020 emergono 11 aspetti materiali, che superano il valore medio di rilevanza per Humana, gli stakeholder, o per entrambi. Gli aspetti materiali afferiscono a tre ambiti:

- 1. sostenibilità economica:** declinata lungo l'intera filiera di Humana, dalla raccolta fondi e allocazione delle risorse alla distribuzione di valore per gli stakeholder e agli impatti economici indiretti generati per le comunità; riguardo a questi ultimi, data la complessità e varietà dei progetti sostenuti da Humana, la loro distribuzione in Paesi e continenti diversi, nonché la diffusione territoriale delle conoscenze e degli strumenti trasferiti, risulta di difficile applicazione una misurazione finanziaria degli impatti generati, non potendo ricorrere a stime, standardizzazione o generalizzazione. Tale misurazione necessiterebbe, pertanto, dello svolgimento di un'analisi di impatto ad hoc per ogni singolo progetto sostenuto, comportando un impiego di competenze, tempi di rilevazione dei dati e risorse non sostenibili per l'organizzazione;
- 2. sostenibilità sociale:** gli aspetti in grado di influire maggiormente sulle attività e sulle performance di Humana, che rappresentano altrettante aree di impegno, afferiscono alle condizioni di salute e sicurezza dei collaboratori e dei volontari, alla valorizzazione delle pari opportunità e alla prevenzione di comportamenti discriminatori e, più in generale, alle politiche di gestione e formazione delle risorse umane. Nel quadro della sostenibilità sociale rientrano i risultati conseguiti nell'ambito dei progetti implementati nel mondo e le iniziative di sensibilizzazione e sociali in Italia;
- 3. sostenibilità ambientale:** gli impatti sull'ambiente delle attività di Humana sono connessi prevalentemente alla gestione e valorizzazione degli abiti usati in ottica di economia circolare; ai progetti di cooperazione internazionale dedicati all'adattamento climatico e/o all'agricoltura sostenibile ma naturalmente anche ai risultati dei processi operativi messi in campo proprio allo scopo di ridurre gli impatti negativi sull'ambiente.

Figura 1 Matrice di Materialità



Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento (GRI 2-29)

Il confronto con i portatori di interesse è da sempre un elemento chiave della strategia e dei valori di Humana. Per questo motivo, anche nel biennio 2021-2022, Humana ha attivato, quando possibile, iniziative di dialogo 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.

Piano di sostenibilità e il contributo agli SDGS

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno sottoscritto la nuova **Agenda per lo Sviluppo Sostenibile** che definisce i principali obiettivi (declinati in 169 target specifici) da perseguire a livello globale entro il 2030: Humana Italia e le altre organizzazioni della Federazione Internazionale Humana People to People sono attive con progetti e interventi concreti e coerenti con diversi **Goals dell'ONU** e con la cosiddetta strategia delle 5P, che mette al centro del dibattito sulla sostenibilità cinque temi chiave: **Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership (GRI 2-23)**. Humana è nata con l'obiettivo di ridurre il divario tra

coloro che vivono bene perché hanno tutto ciò che serve per condurre una vita dignitosa (e spesso molto di più!) e chi ha poco, nemmeno la conoscenza o gli strumenti per migliorare le proprie condizioni. Tutto ciò avviene attraverso il coinvolgimento di singoli e comunità. Questo è il significato di **"People to People"**, dalle persone alle persone. È questa la nostra visione per cambiare davvero le cose.

Humana Italia ha elaborato un Piano Strategico di Sostenibilità associato agli Obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'Onu, identificandone 5 come prioritari e aderenti al proprio lavoro ordinario e agli obiettivi di medio-lungo termine e 6 come direttamente impattati dalle attività che l'organizzazione svolge (si veda pag. 20).

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;**
- **la piantumazione di alberi per compensare completamente le emissioni di CO2 delle attività produttive entro il 2030, e quindi raggiungere il «climate neutral». Si stima la piantumazione totale di circa 85.000 alberi;**
- **la promozione dell'agricoltura sostenibile con azioni concrete, per esempio attraverso gli orti di comunità (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 CO2 e in generale con azioni di tutela ambientale in tutti i progetti sociali attivi).**

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;**
- **ridurre al 50% la quota del materiale proveniente dallo smistamento degli indumenti e destinato allo smaltimento entro il 2030, facendo anche ricorso a nuovi metodi di riciclo;**
- **l'attivazione propositiva per stimolare cambiamenti del settore tessile globale al fine di ridurre l'impatto negativo sull'ambiente.**

Al cuore della visione strategica vi sono **le persone di Humana** (SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica), perché tutto ciò che Humana rappresenta è reso possibile grazie al lavoro e alla passione dei nostri collaboratori che, uniti dagli stessi valori, hanno deciso di dedicare la propria vita professionale ad aiutare i più fragili.

Tra i pilastri dell'organizzazione contempliamo **la correttezza e la trasparenza della filiera** (SDG 16 – Pace, giustizia e istituzioni forti), che garantiamo attraverso il controllo della filiera dei vestiti, dall'affidamento del servizio fino alla destinazione dei capi raccolti, e delle risorse inviate ai progetti di cooperazione internazionale. Monitorare e comunicare con trasparenza ogni passaggio è per noi un requisito fondamentale per dimostrare il "valore sociale" prodotto dall'attività di Humana. Gli SDG 12 e 17 rappresentano invece le **due anime di Humana Italia**: da una parte il lavoro della cooperativa rivolto alla valorizzazione degli abiti usati e all'applicazione e diffusione dei principi di economia circolare (SDG 12 – Consumo e produzione responsabili), che consente, dall'altra, la creazione di risorse per i progetti ambientali e di solidarietà, in Italia e nel mondo, gestiti direttamente o in collaborazione con Humana ONLUS (SDG 17 – Partnership per gli obiettivi). La sinergia tra queste due grandi anime di Humana permette, infine, di contribuire a diversi livelli su altri SDGs, con impatti diretti e indiretti: SDG 1 – Sconfiggere la povertà, SDG 2 – Sconfiggere la fame, SDG 3 – Salute e benessere, SDG 4 – Istruzione e qualità, SDG 5 – Parità di genere, SDG 6 – Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. Nella grafica presentata nelle pagg. 21-23 è possibile, inoltre, trovare il raccordo tra i vari SDGs e gli aspetti del GRI emersi come materiali e presentati lungo tutto il documento.

Tabella 1 Aspetti materiali e rispettivo perimetro

Aspetti materiali per Humana Italia	Descrizione	Aspetti GRI Standards e NGO Sector Disclosures	Perimetro degli aspetti materiali	
			Interno	Esterno
Generazione di valore e allocazione delle risorse	Valore economico generato e distribuito ai portatori di interesse e ricerca di efficienza nell'allocazione delle risorse e rendicontazione del loro utilizzo	→ 201 – Performance economica → G4 – DMA Sector Disclosure (former NG07) → G4 – NG08	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio → Progetti di cooperazione internazionale e attività sociali e ambientali in Italia
Contrasto alla corruzione	Pratiche volte a prevenire i rischi di corruzione nell'organizzazione	→ 205 – Anticorruzione	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio
Economia circolare e salvaguardia delle risorse naturali	Politiche e pratiche per ridurre il consumo di materie prime; azioni volte a incrementare la quota di capi di abbigliamento avviati a riutilizzo e riciclo lungo la filiera	→ 301 – Materiali → 306 – Rifiuti	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Fornitori, comunità e territorio
Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico	Politiche e azioni per ridurre l'impatto relativo alle emissioni dirette in atmosfera (gas effetto serra ed altri inquinanti); contributo alla riduzione delle emissioni grazie alle attività di raccolta e riciclo; progetti di cooperazione internazionale dedicati all'adattamento e alla mitigazione del cambiamento climatico	→ 305 – Emissioni	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio → Progetti di cooperazione internazionale e attività sociali e ambientali in Italia
Trasparenza e sostenibilità della filiera	Comunicazione e attività di sensibilizzazione sul tema della trasparenza della filiera, dall'affidamento del servizio a tutti gli anelli seguenti, fino alla destinazione finale. Valutazione socio-ambientale dei clienti all'ingrosso e dei fornitori di servizi di smaltimento	→ 308 – Valutazione ambientale dei fornitori → 414 – Valutazione sociale dei fornitori	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio, Stazioni Appaltanti e operatori del settore
Sviluppo del capitale umano	Politiche e azioni volte a favorire la crescita professionale e la motivazione dei collaboratori, attraverso formazione, valutazione delle performance individuali e incentivazione basate sul merito	→ 401-1 – Occupazione → 404 – Formazione	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio
Sicurezza, salute e benessere dei collaboratori e dei volontari	Impegno nel garantire la salute e la sicurezza dei collaboratori e dei volontari nell'ambito delle iniziative promosse da Humana in Italia e all'estero. Politiche di welfare aziendale volte a migliorare il benessere psicofisico dei collaboratori	→ 401-2 – Occupazione → 403 – Salute e sicurezza sul lavoro	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Volontari, comunità e territorio
Tutela della diversità e delle pari opportunità	Politiche e pratiche per garantire a tutti uguali diritti sul posto di lavoro e favorire la valorizzazione della diversità, anche in seno ai progetti di cooperazione internazionale	→ 405 – Diversità e delle pari opportunità → 406 – Non discriminazione	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio → Progetti di cooperazione internazionale e attività sociali e ambientali in Italia
Impatti positivi sulle comunità	Gestione degli impatti sulle comunità locali in Italia e all'estero e promozione di iniziative per il loro coinvolgimento	→ 203 – Impatti economici indiretti	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Progetti di cooperazione internazionale e attività sociali e ambientali in Italia
Tutela della salute e sicurezza del cliente	Pratiche per tutelare e promuovere la salute e la sicurezza dei donatori che conferiscono gli abiti nei nostri contenitori e degli utilizzatori finali dei capi	→ 416 – Salute e sicurezza dei clienti	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Clienti, comunità e territorio
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)	→ 415 – Politica pubblica	→ Humana ONLUS/SCARL	→ Comunità e territorio

Gli indicatori per i quali si è provveduto ad aggiornare il perimetro di rendicontazione o la metodologia di calcolo sono opportunamente segnalati nel testo (GRI 2-4).

■ sostenibilità economica

■ sostenibilità sociale

■ sostenibilità ambientale

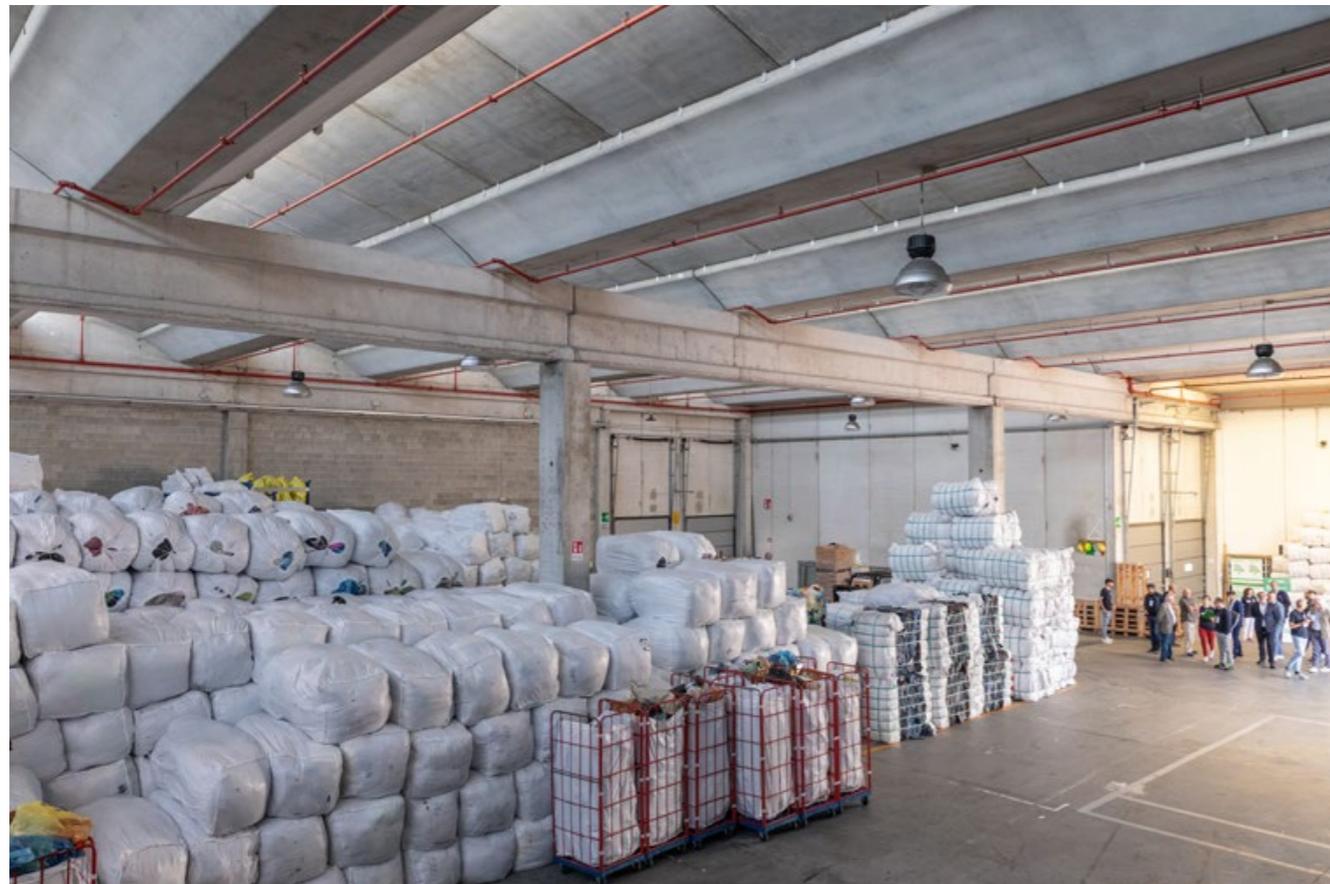


Tabella 2 Stakeholder engagement e processo di coinvolgimento

Principali stakeholder di Humana Italia	Argomenti chiave ed eventuali criticità	Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità
 Dipendenti	→ Formazione e iniziative di stakeholder engagement	→ Incontri regolari per reparto → Aggiornamenti tramite Quarterly Meeting → Visite virtuali ai progetti → Notiziario → Newsletter interne → Bilancio di Sostenibilità
 Donatori abiti	→ Trasparenza della filiera → Servizio di raccolta abiti → Salute e sicurezza	→ Manutenzione costante dei contenitori per la raccolta abiti → Comunicazione integrata con i Comuni e i cittadini → Sito web dedicato: ↪raccoltaviestiti.humanaitalia.org
 Sostenitori (fondazioni e istituzioni)	→ Comunicazione e valorizzazione della mission di Humana	→ Rendicontazione specifica → Viaggio di missione in India → Notiziario → Bilancio di Sostenibilità → Sito web
 Sostenitori (singoli individui)	→ Coinvolgimento sulla mission di Humana e fidelizzazione	→ Campagna di Natale → Campagna 5x1000 → eNewsletter dedicata a coloro che sono registrati sul nostro sito → Notiziario
 Aziende partner (cause related marketing, raccolta straordinaria di abiti)	→ Coinvolgimento sulla mission di Humana e fidelizzazione	→ Campagne di take back con aziende di abbigliamento → Volontariato aziendale: 10 dipendenti di Amazon hanno svolto attività presso il reparto di smistamento degli abiti e l'Orto 3C di Cornaredo → 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
 Clienti retail	→ Fidelizzazione → Comunicazione e sensibilizzazione sulla mission di Humana → Salute e sicurezza	→ Sito web e social media (Facebook, Instagram e Tiktok) dedicati → Comunicazione tramite TV interna presso i punti vendita → Materiale informativo nei punti vendita
 Clienti all'ingrosso	→ Criteri di selezione → Migliore risposta alle esigenze dei clienti in termini di controllo qualità	→ Survey per verificare la customer satisfaction

Al cuore della *visione strategica* vi sono *le persone* di Humana.

Principali stakeholder di Humana Italia	Argomenti chiave ed eventuali criticità	Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità
 Gestori (utilities, comuni, consorzi)	→ Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati	→ Un "Humana talks" dal titolo <i>Teachers as change makers</i> → Partecipazione al Salone della CSR con i convegni <i>Contrastare lo spreco: l'alleanza tra imprese e stakeholder</i> e <i>Dalla testimonianza alla visione olistica: come cambia la moda sostenibile</i> → Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi con i convegni <i>Economia circolare nella filiera dell'abbigliamento e del tessile</i> e <i>Tessile come opportunità: sfide e coinvolgimento degli stakeholders del settore</i> → Notiziario → Bilancio di Sostenibilità → Sito web – pagine dedicate
 Istituzioni locali e territoriali (Regioni, Province)	→ Criteri di affidamento del servizio di raccolta degli abiti usati	→ Un "Humana talks" dal titolo <i>Teachers as change makers</i> → Partecipazione al Salone della CSR con i convegni <i>Contrastare lo spreco: l'alleanza tra imprese e stakeholder</i> e <i>Dalla testimonianza alla visione olistica: come cambia la moda sostenibile</i> → Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi con i convegni <i>Economia circolare nella filiera dell'abbigliamento e del tessile</i> e <i>Tessile come opportunità: sfide e coinvolgimento degli stakeholders del settore</i> → Notiziario → Bilancio di Sostenibilità → Sito web – pagine dedicate
 Associazioni di categoria o di settore (es. Assorecuperi, rete ONU)	→ Trasparenza della filiera → Sensibilizzazione sui temi dell'usato e del recupero	→ Un "Humana talks" dal titolo <i>Teachers as change makers</i> → Partecipazione al Salone della CSR con i convegni <i>Contrastare lo spreco: l'alleanza tra imprese e stakeholder</i> e <i>Dalla testimonianza alla visione olistica: come cambia la moda sostenibile</i> → Partecipazione a Ecomondo con stand condiviso con Assorecuperi con i convegni <i>Economia circolare nella filiera dell'abbigliamento e del tessile</i> e <i>Tessile come opportunità: sfide e coinvolgimento degli stakeholders del settore</i> → Notiziario → Bilancio di Sostenibilità → Sito web – pagine dedicate
 Beneficiari dei progetti in Italia e nel Mondo (comunità locale)	→ Sensibilizzazione sulle tematiche di sviluppo sostenibile e del recupero → Formazione e sensibilizzazione → Attività di ricaduta locale, derivanti dal servizio di raccolta indumenti	→ 31 progetti di sviluppo sostenuti nel biennio (alcuni sostenuti in entrambi gli anni, altri in uno solo dei due) → Incontri formativi e di sensibilizzazione realizzati presso le scuole e progetti di ricaduta locale sul territorio

Principali stakeholder di Humana Italia
Argomenti chiave ed eventuali criticità
Iniziative di dialogo e risoluzione eventuali criticità


Media
(stampa, web)

- Trasparenza della filiera
- Sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile e dell'economia circolare

- Ufficio stampa
- Invio di newsletter e DEM dedicate
- Aggiornamento sito istituzionale e aggiornamento sito dedicato alla raccolta vestiti



Federazione Internazionale
Humana People to People

- Condivisione della linea strategica di sostegno ai progetti di cooperazione internazionale
- Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione

- Progress report
- Report per ogni progetto
- Meeting periodici
- Incontri formativi



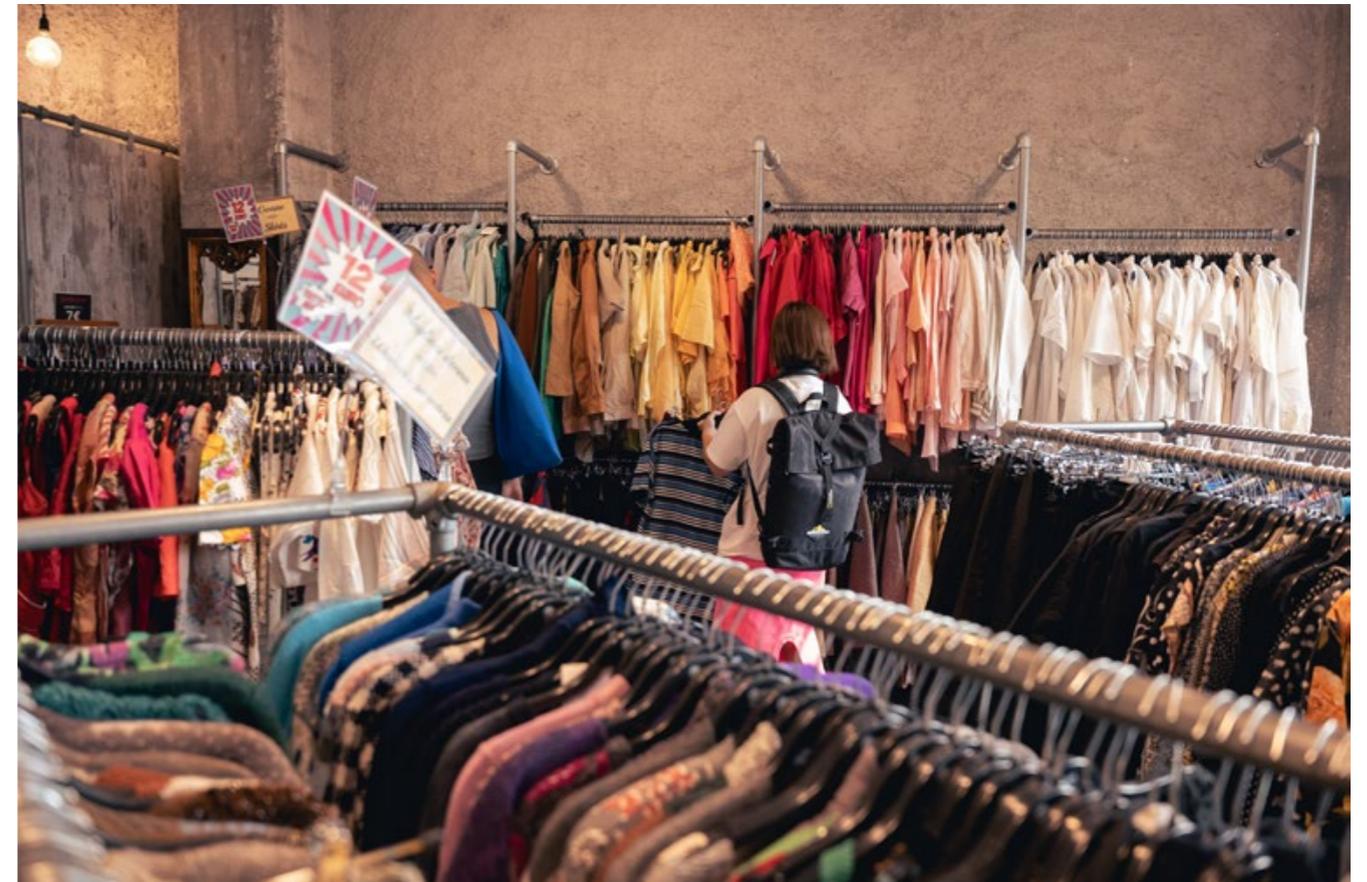
Consorelle di Humana

- Scambio di know-how e coordinamento per le attività di informazione e sensibilizzazione
- Collaborazione per aumentare la qualità dei capi smistati e spediti in Africa

- Visite in loco
- Meeting periodici in presenza e online



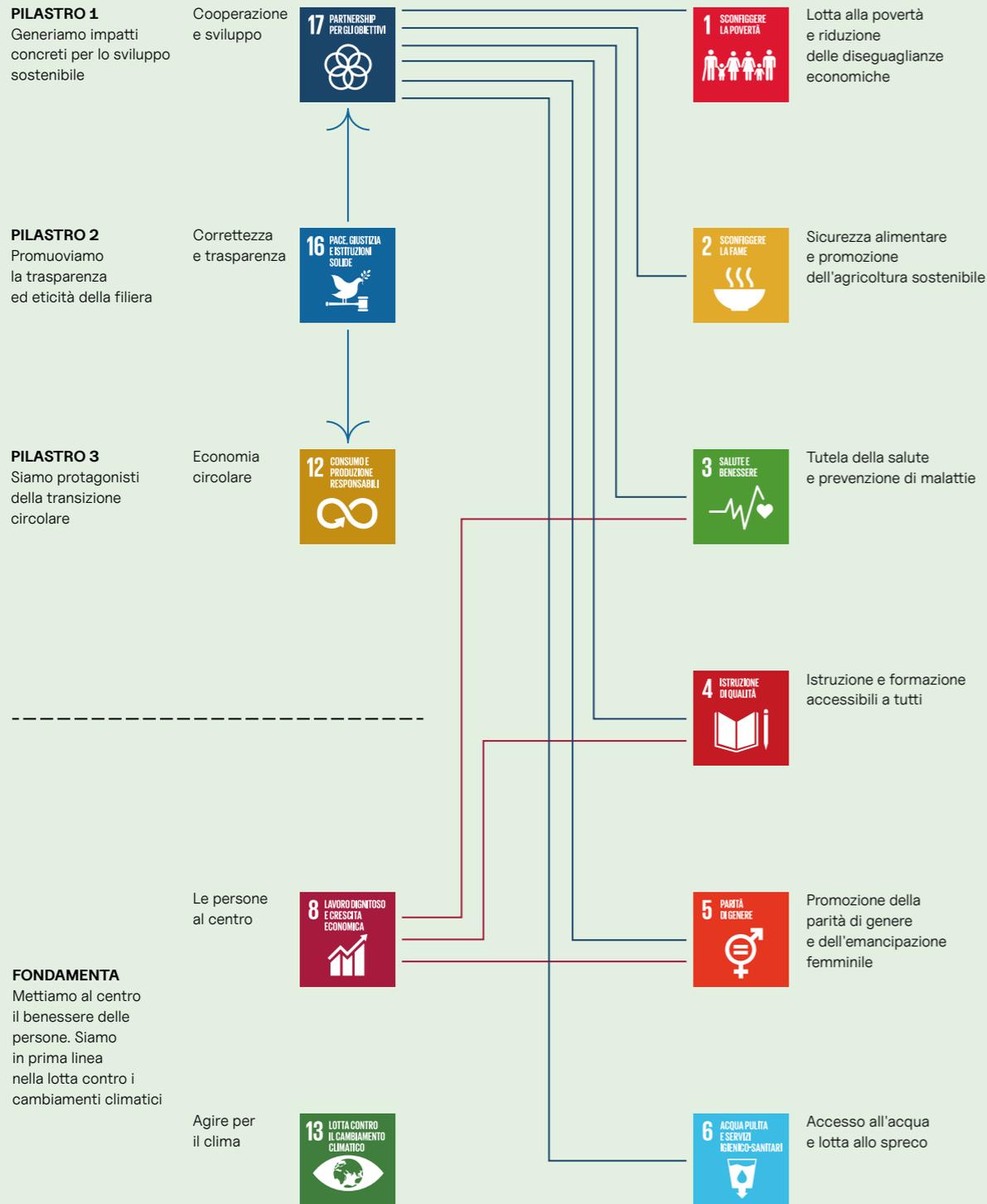
Monitorare e comunicare con trasparenza ogni passaggio è per noi un *requisito fondamentale* per dimostrare il “valore sociale” prodotto dall’attività di Humana.



Gli SDGs prioritari

Fondamenta e pilastri della strategia di Humana italia

Gli SDGs a cui Humana contribuisce



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

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

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

1

Humana
People to People
Italia

PROMOTORI
DI TRASPARENZA
E CORRETTEZZA



OBIETTIVI
DI SVILUPPO
SOSTENIBILE

1.1 Chi siamo

Nata nel **1998** in Italia, Humana è da sempre attiva nella promozione della cultura della **solidarietà** e della **sostenibilità**, impegno che si concretizza nell'implementazione di progetti di cooperazione internazionale di medio-lungo termine in Paesi svantaggiati e in iniziative sociali e all'insegna della sostenibilità ambientale in Italia (**GRI 2-6**).

In particolare, l'attività di **raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati** svolta in Italia costituisce una leva prioritaria per Humana al fine di promuovere lo **sviluppo sostenibile**, in termini di impatto sociale ottenuto attraverso la generazione di risorse economiche per progetti sociali nel mondo e in Italia e di diffusione dell'economia circolare. Humana Italia fa parte della **Federazione Internazionale Humana People to People** (**GRI 2-28**).

I progetti di Humana sono realizzati nei **Paesi più poveri del mondo** e in **Italia**, seguendo principalmente le seguenti macroaree di intervento (**GRI 2-6**):

Nel mondo

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

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

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

Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile per supportare i bambini e le loro famiglie e comunità in ogni aspetto del vivere quotidiano.

In Italia

Azioni sociali e di sensibilizzazione per promuovere la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile partendo proprio dal nostro Paese. Attivismo Climatico e Orti 3C (Coltiviamo il Clima e la Comunità). Incontri nelle scuole e iniziative di ricaduta locale a favore di persone più vulnerabili o per salvaguardare l'ambiente in cui viviamo, realizzate insieme a Comuni nostri partner e ad associazioni del territorio.

Highlights

Il nostro 2021-22*
raccontato in numeri

31

PROGETTI

Sostenuti in
Africa sub-sahariana,
India e Brasile

5.073

CONTENITORI**

Per la raccolta degli abiti



8,7

MILIONI DI EURO

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

282,8

MILIARDI DI LITRI***

Quantità di acqua risparmiata, pari al
contenuto di 113.131 piscine olimpioniche

43.740.886

CHILI DI ABITI

Raccolti in Italia ed equivalenti a **2.283 TIR**

217

COLLABORATORI**

Humana Italia

1.632.388

EURO****

Fondi destinati agli interventi di
cooperazione internazionale

1.249

COMUNI

Partner nell'attività di
raccolta degli indumenti

7.561.202

CHILI DI ABITI

Smistati in Italia

383.800

TONNELLATE***

Quantità di CO2 evitata, pari
all'azione di **4,1 milioni di alberi**



12+1

NEGOZI

11 negozi Vintage, 1 negozio Second
Hand e 1 negozio Vintage online

*I valori corrispondono alla somma dei risultati
ottenuti nei due anni rendicontati

**dato aggiornato al 31/12/2022

***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*

****Il dato non include 30.252,67 euro di contributo
riconosciuto alla Federazione Internazionale Humana
People to People nei due anni



La storia di Humana



25 anni

Raggiunti i **25 anni**, un uomo è un giovane adulto. Forte della propria **esperienza**, spinto dal vigore e dal desiderio di mettersi in gioco, fa fruttare quanto imparato e intraprende **nuovi percorsi**. I successi e gli errori si alterneranno e forgeranno un uomo maturo.

Per un'organizzazione, 25 anni rappresentano un traguardo più consolidato, costruito in team, con fasi ascendenti, momenti di stasi e difficoltà inevitabili. La storia di un ente no profit di solito è fatta di **visioni, volontà di cambiamento** e di **miglioramento**. Passione e cuore a volte sono accompagnati da competenze incerte, metodi costruiti sul campo e mezzi scarsi, ma la volontà, la determinazione e la convinzione di avere tra le mani **un compito necessario**, per qualcuno persino indispensabile, sono **il fuoco che alimenta la crescita**, che spinge a continuare e a rimodulare le scelte. Ogni volta con entusiasmo rinnovato e conoscenze più solide. Humana Italia ha avuto tutto questo. Dal 1998 ad oggi è



passata attraverso le emozioni, le fatiche, i tentativi riusciti, le leggi da rispettare e avvenimenti consegnati alla storia. **Alcune centinaia di persone, tra dipendenti, collaboratori e volontari si sono uniti al suo percorso, modellandolo**. Molti hanno poi intrapreso nuove strade mentre alcuni sono ancora presenti. Tutti hanno contribuito, e contribuiscono, a compiere la mission di Humana e a costruire l'organizzazione che oggi con professionalità e radicamento sul territorio, oltre che nei settori di appartenenza, è divenuta parte attiva e di riferimento, specie nell'ambito della **tutela ambientale** e del **riutilizzo**.

Mentre tutto ciò accadeva, lo sguardo è sempre rimasto fermo; puntato sugli obiettivi. La **lotta contro diseguaglianze, povertà e fame**, la **prevenzione di malattie letali** ma evitabili se conosciute, la **difesa dell'ambiente**, la **mitigazione degli effetti climatici** e il **diritto all'istruzione** sono gli **impegni di Humana**.



Humana

La raccolta degli abiti usati, la loro vendita, il supporto dei partner e la raccolta di fondi hanno permesso in 25 anni all'organizzazione d'intervenire a favore di 1 milione di persone in Angola, Brasile, Guinea Bissau, India, Malawi, Mozambico, Namibia, Repubblica Democratica del Congo, Zambia e Zimbabwe.

Oltre il 50% dei fondi sono stati destinati a progetti d'istruzione e formazione a beneficio di circa 250.000 studenti, dai piccoli delle scuole primarie agli adulti dei corsi universitari.

La capacità di fronteggiare temi così specifici è possibile anche grazie all'appartenenza alla Federazione Internazionale Humana People to People, attiva in 46 Paesi con 31 organizzazioni nazionali in costante collaborazione tra loro.

Questa rete intreccia a maglie strette conoscenze, competenze, modelli operativi, partner e relazioni istituzionali. Consente di elaborare interventi capaci di rispondere con efficacia alle esigenze delle persone e comunità coinvolte, nel rispetto delle peculiarità di ciascuno. Grazie alla presenza decennale sui territori di lavoro, Humana riesce a individuare l'approccio culturale e metodologico più adeguato. Nella maggior parte dei casi, l'approvazione delle istituzioni centrali non è sufficiente a ottenere il pieno coinvolgimento dei beneficiari. È spesso necessario avere la fiducia e l'assenso delle autorità locali e tradizionali, riuscendo così ad accorciare tempi e distanze e ad avere l'interesse delle persone per cui l'intervento è pensato.

Queste, oltre a beneficiare delle azioni educative, sanitarie, alimentari o di altro genere, diventano parte attiva dei progetti stessi. Il coinvolgimento è un asse portante di tutti gli interventi di Humana, riuscire a mobilitare le persone perché divengano protagoniste del proprio cambiamento e di quello delle comunità cui appartengono.

Non c'è sviluppo senza partecipazione. Chi necessita di uscire dal degrado o di migliorare la propria vita deve avere le conoscenze, la motivazione e gli strumenti per agire in prima persona. L'assistenzialismo non porta lontano; lo sviluppo umano è il fulcro di una crescita reale.

Alla mobilitazione delle persone destinatarie degli interventi sociali, Humana da sempre accompagna la sollecitazione di chi ha i mezzi per supportare e rendere possibile la cooperazione. Non si tratta però solo di ottenere fondi, ma di avere l'adesione culturale e fattiva di cittadini, volontari, amministrazioni pubbliche, partner istituzionali, aziende e donatori, che supportando l'operato di Humana in Italia e nel mondo, rafforzano il significato e la concretezza del concetto di "People to People".

In realtà la direttrice del lavoro di Humana non percorre solo il verso Nord-Sud. In Italia, l'organizzazione è sempre stata un operatore di promozione sociale sulle tematiche della solidarietà e della tutela ambientale. È inutile concentrare gli sforzi sugli aiuti umanitari se si trascura il rispetto delle risorse naturali, degli ecosistemi e delle pratiche agroecologiche. La raccolta dei vestiti usati, grazie al riutilizzo dei capi, comporta un minore impiego di risorse naturali normalmente necessarie per la produzione di nuovi indumenti. In 25 anni, Humana Italia ha ricevuto in donazione dai cittadini più di 355 milioni di chili d'indumenti che non sono divenuti rifiuti e hanno permesso di evitare l'emissione di 3,1 miliardi di chili di anidride carbonica. Tale risparmio deriva dal riutilizzo degli abiti che le persone inseriscono nei contenitori di Humana, compiendo un piccolo gesto che porta con sé un consistente valore, a volte impensabile, di protezione per la natura e per l'uomo.

Ma la tutela ambientale per Humana non è solo questa. L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite enfatizza quanto le problematiche della sostenibilità ambientale e socio-economica abbiano bisogno di una educazione incisiva per trasformare gli stili di consumo e di produzione, così da ristabilire un equilibrio all'interno degli ecosistemi del nostro pianeta.

In pieno accordo con tale obiettivo, Humana Italia dal 2018 gestisce Orti di Comunità che coinvolgono anche persone in situazione di marginalità in un'attività di coltivazione diretta e di collaborazione interpersonale. Presso gli orti, gli attivisti apprendono le tecniche di orticoltura biologica; studenti, insegnanti e famiglie partecipano a eventi di formazione e sensibilizzazione sul consumo responsabile. Al fine di rafforzare l'attività di coinvolgimento in azioni di difesa ambientale, Humana ha creato un vero e proprio reparto di Attivismo Climatico (si veda pag. 128).

Tutela ambientale sì, ma anche solidarietà diretta a carcerati, esuli siriani e senza tetto; interventi nelle scuole; sensibilizzazione, formazione e informazione sui temi di competenza dell'organizzazione e attività culturali. Impegni possibili grazie ai piccoli gesti di supporto ricevuti. Questi, uniti a quelli elargiti, sono stati e saranno la forza di Humana, intenzionata a proseguire il proprio cammino affiancata da chi, guardando lontano, vede un progresso rispettoso, capace di dare opportunità di vita giuste, in armonia con il mondo che ci ospita.

I numeri di 25 anni di attività



355.230.933 chili

Abiti ricevuti, pari a
1.243.308.265 capi e
a **50.750.000 donazioni**



15.251.000 euro

Destinati ai **progetti di sviluppo** nel mondo e alle **iniziative sociali e ambientali** in Italia, utilizzati a favore di **1 milione di beneficiari**



436.307.628 capi

Reimmessi sul **mercato europeo e africano**



2.297.000.000 litri

Quantità di **acqua** risparmiata, pari al contenuto di **918.762 piscine olimpioniche***



3.117.064.000 chili

Quantità di **CO₂** non emessa, pari all'azione di assorbimento di **33.391.584 alberi***

*Per i dettagli sui metodi di stima si rimanda al 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 la società in cui vivono. La forza di ciascun individuo, se unita a quella degli altri, ha un **potenziale unico** per raggiungere **obiettivi comuni**.

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

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

Etica perché ogni comunità ha la propria cultura, le proprie usanze e le proprie opinioni, da rispettare sempre.

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

Coinvolgimento attivo delle comunità locali

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

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 globale comporta diversi vantaggi, in particolar modo per i seguenti aspetti:

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

Efficienza nella gestione dei costi e delle risorse economiche;

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

La struttura organizzativa (GRI 2-1)

Per perseguire la propria mission, Humana si è dotata di **una struttura efficace e sostenibile** con l'obiettivo di destinare sempre più risorse ai progetti realizzati nel mondo e in Italia.

La sede di **Humana ONLUS** è a Pregnana Milanese (MI) (GRI 2-1 c). Le sue attività principali sono rappresentate dalla raccolta dei vestiti usati in collaborazione con Humana SCARL e la gestione di progetti di cooperazione internazionale con scopo sociale e ambientale attraverso partnership con enti e istituzioni locali. Le decisioni relative alla gestione della ONLUS sono adottate dal **Consiglio d'Amministrazione**, formato dalla Presidente Ulla Carina Bolin e da altri due membri: Elisabeth Molnar, Vice Presidente, e Benedetta Cella, Consigliere. I soci della ONLUS sono 8 e si riuniscono, almeno una volta all'anno, per l'approvazione del Bilancio.

L'associazione, oltre a essere membro della Federazione Internazionale, **aderisce ad altre organizzazioni attive in ambiti coerenti con la propria mission (GRI 2-28)**. 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).

Humana SCARL condivide con Humana ONLUS la sede legale e operativa a Pregnana Milanese (MI). Al 31/12/2022 era attiva sul territorio italiano con **5 filiali operative** nelle province di Milano, Brescia, Rovigo, Torino, Teramo e con **12 negozi** nelle città di Bologna, Firenze, Milano, Roma, Torino e Verona (GRI 2-1).

Il **Consiglio d'Amministrazione** della SCARL non ha subito variazioni nel biennio 2021-2022. Il **Comitato Direttivo**, composto dalla Vice Presidente, dal CFO&Legal Manager e dal Direttore Italia della Raccolta Abiti si riunisce settimanalmente per **discutere le scelte strategiche** anche su temi

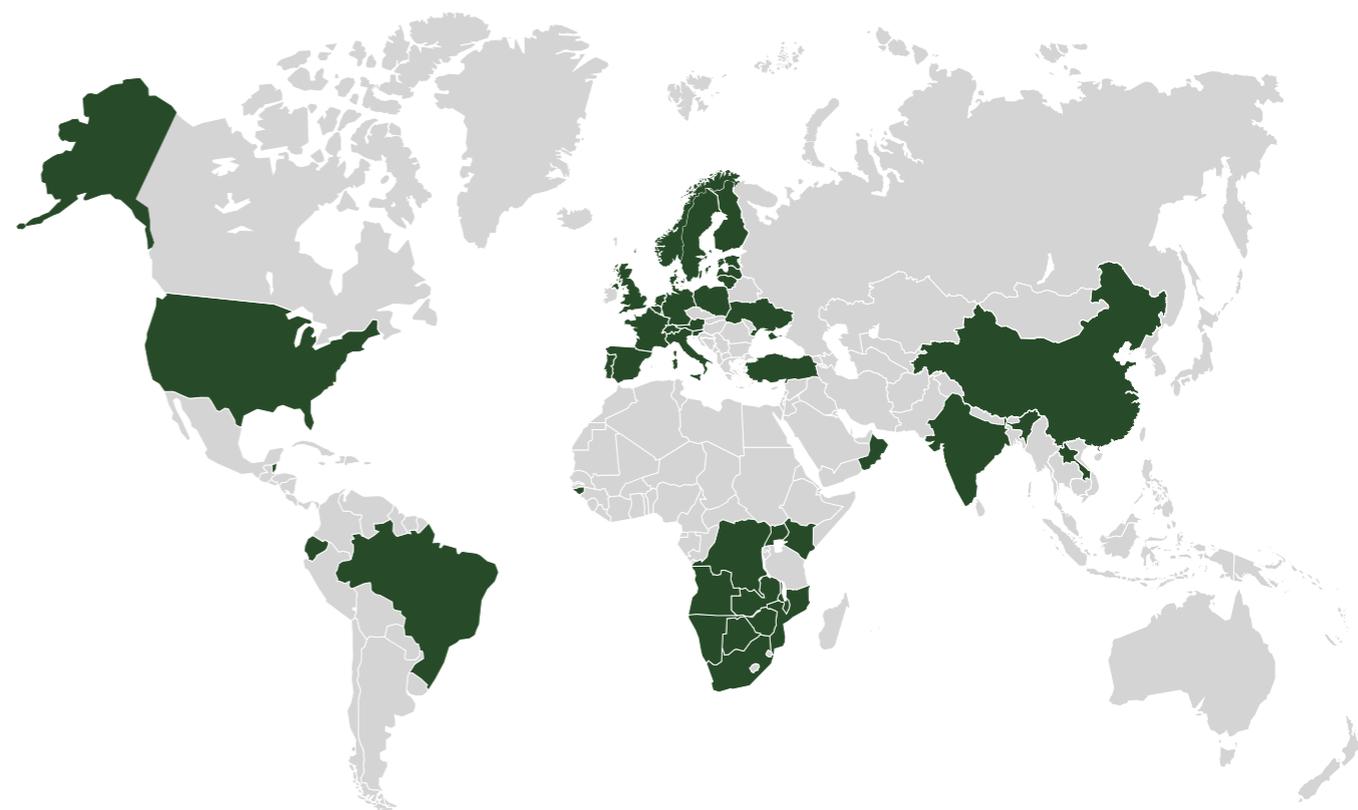
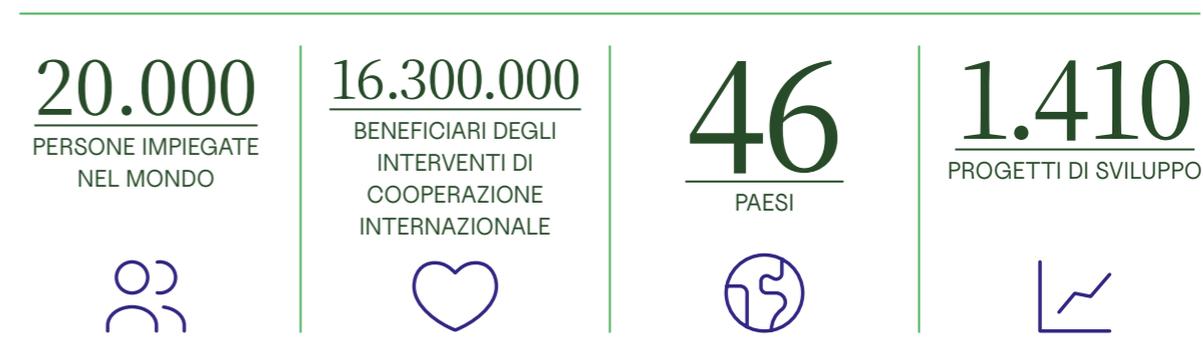


Figura 1 La Federazione Internazionale Humana People to People



Humana crede nelle *persone*
e nella loro *capacità* di generare
cambiamenti positivi

economici, ambientali e sociali **nonché i risultati raggiunti dall'intera organizzazione**. In occasione dei propri incontri, il Comitato Direttivo può convocare altre figure dell'organizzazione per approfondimenti su temi specifici (**GRI 2-9, 2-12**).

Anche come **Cooperativa, Humana è membro attivo di alcuni enti e organismi** all'interno dei quali lavora per proporre le istanze relative alla trasparenza della filiera di raccolta indumenti, alla certezza nella donazione e alla valorizzazione delle pratiche del riutilizzo e del recupero (**GRI 2-28**). In particolare, **Humana SCARL**:

- **dal 2017 appartiene ad Assorecuperi** (Associazione nazionale delle imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti); La Presidente di Humana Italia, Ulla Carina Bolin, partecipa con delega di Rete ONU e Assorecuperi alle iniziative di EURIC (European Recycling Industries' Confederation) l'organizzazione ombrello per le industrie europee del riciclo;
- **Rete ONU** (Rete Nazionale degli Operatori dell'Usato), insieme alla ONLUS;
- **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;
- **UNIRAU** (Unione Imprese Raccolta Riuso e Riciclo Abbigliamento Usato).

Legalità e trasparenza nell'organizzazione

Come confermato dal piano strategico di sostenibilità di Humana Italia, la **legalità** e la **trasparenza** sono da sempre considerati principi fondanti dell'organizzazione, alla base dell'avvio e dell'implementazione di iniziative e progetti. Tale modus operandi 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 (**GRI 2-23**) specifici, tra cui:

- il **Modello Organizzativo di Gestione e Controllo** (per maggiori informazioni, si rimanda al box di approfondimento "**Modello Organizzativo e Codice Etico**" a pag. 44);
- l'**asseverazione ESET** - Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente ([↪raccoltavestiti.humanaitalia.org/trasparenza](https://raccoltavestiti.humanaitalia.org/trasparenza), box Allegati);
- i dati riportati all'interno del **Bilancio di Sostenibilità**;
- la **Politica per la Qualità 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 scosso più volte da scandali legati al mancato rispetto di normative sulla gestione, per questo motivo Humana è impegnata a promuovere i temi della legalità, della trasparenza e della prevenzione della corruzione e coglie ogni occasione di confronto pubblico per portare all'attenzione dei suoi interlocutori il funzionamento dell'intera filiera.

A conferma della correttezza dell'operato, nel corso del biennio 2021-2022, Humana Italia non ha riportato sanzioni monetarie né multe per il mancato rispetto di leggi e/o regolamenti in ambito socio-economico e ambientale e non sono stati registrati casi di corruzione (**GRI 2-27, 205-3**).

Figura 2 Organigramma Humana People to People Italia Onlus aggiornato al 31.12.2022



Humana è impegnata a promuovere i temi della *legalità*, della *trasparenza* e della *prevenzione della corruzione*.

Modello Organizzativo e Codice Etico

Dal 2015 Humana Italia ha adottato in modo volontario 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**.

Il Modello 231 si sostanzia in un insieme di protocolli e procedure che delineano la **corretta struttura e gestione dei processi sensibili (GRI 205-1)** 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. Se correttamente ed efficacemente applicato e aggiornato, il Modello riduce il rischio di commissione di illeciti penali e può esimere l'impresa dalla propria responsabilità amministrativa dipendente da reato. L'ultimo processo di adeguamento del MOG di Humana,

avviato a fine 2022, a seguito dell'introduzione da parte del legislatore di nuovi reati presupposto, si è concluso con l'approvazione della nuova versione nei primi mesi del 2023. A vigilare sul rispetto delle procedure delineate dal Modello e sulla loro adeguatezza è l'Organismo di Vigilanza (OdV), composto da due membri esterni e un membro interno. I membri sono tutti altamente qualificati nei rispettivi ambiti di competenza: ambientale, societario, pubblico amministrativo, legale e finanziario. Al 31 dicembre 2022 l'OdV era composto da:

- Presidente/membro esterno:
Avv. Benedetta Cella;
- Membro esterno: **Dr.ssa Antonella Licata;**
- Membro interno: **Dr. Enrico Ribet**, CFO & Legal Manager di Humana People to People Italia SCARL.

I dipendenti, i collaboratori e i soggetti che intrattengono rapporti con Humana a qualsiasi titolo hanno la possibilità di rivolgersi all'OdV tramite un indirizzo e-mail dedicato (odv@humanaitalia.org) per segnalare, anche in forma anonima, la commissione o tentata commissione di uno dei reati previsti nel Modello Organizzativo, ovvero la violazione o l'elusione fraudolenta dei principi e delle prescrizioni in esso indicate e/o dei valori Etici e delle regole comportamentali contenute nel Codice Etico **(GRI 2-26)**.

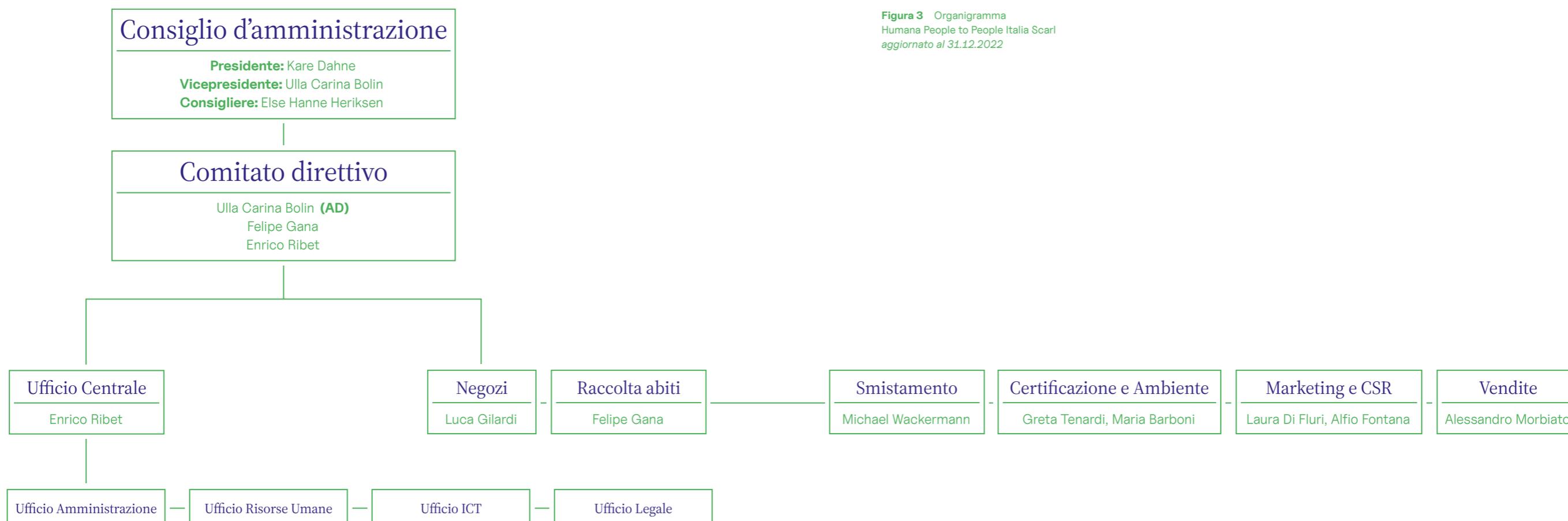
L'eventuale violazione delle procedure comporta sanzioni disciplinari da parte dell'organizzazione. Le operazioni messe in campo per evitare i rischi di corruzione sono quelle riconducibili alle procedure previste nell'ambito del MOG **(GRI 205-1)**.

Con lo scopo di comunicare e trasmettere a tutti i collaboratori i principi e valori che ispirano l'attività di Humana è stato predisposto e adottato, come parte

integrante del Modello Organizzativo, il **Codice Etico e di Condotta (GRI 2-23)**. Il documento contiene una serie di diritti, doveri, responsabilità e regole sociali e morali cui tutti i membri di Humana devono attenersi nello svolgimento del proprio lavoro, allineandosi allo spirito che anima l'organizzazione.

Per approfondimenti sul Modello 231 e sul Codice Etico e di Condotta si rimanda a:

→ www.humanaitalia.org/humana/codice-etico-modello231 **(GRI 2-26)**.



1.2 LE PERFORMANCE ECONOMICHE

Per essere efficaci nell'attuazione della propria mission e continuare a sostenere progetti sociali e ambientali in Italia e nel mondo, Humana necessita di risorse economiche solide. Questo è possibile grazie alle attività di raccolta e selezione di abiti e dalla loro vendita al dettaglio nella catena retail dell'organizzazione, alle partnership create nel corso degli anni e al supporto di istituzioni e cittadini.

Nel tempo, Humana ha creato un modello di business solidale strutturato che, in oltre quarant'anni di attività internazionale, ha confermato la propria validità: la forza, nonché caratteristica distintiva, risiede infatti nella **sinergia tra Humana People to People Italia SCARL e Humana People to People Italia ONLUS** che insieme si impegnano a fornire il maggior supporto possibile ai progetti sociali e di sviluppo e a creare valore attraverso un approccio olistico. Così facendo, risulta possibile il raggiungimento con successo degli obiettivi della mission e la massimizzazione dell'impatto positivo per una molteplicità di soggetti nel mondo.

Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Scarl (GRI 2-6, 201-1)

Il biennio 2021-2022 rappresenta un periodo di ripresa per Humana, caratterizzato da un notevole incremento della performance economica, derivante dall'ottimo andamento gestionale dei reparti operativi e commerciali.

Già nel **2021** il conto economico si è infatti chiuso con un **utile pari a circa 118.000 euro**, contribuendo a colmare in parte la perdita subita nel 2020 per poi crescere ulteriormente di oltre sei volte nel **2022**, con un **utile pari a 876.000 euro (+640%)**: tale risultato, oltre a confermare il buon esito delle scelte strategiche in ambito organizzativo, commerciale e sociale, ha consentito di appianare totalmente le perdite subite nel periodo pandemico grazie al solo impiego degli utili conseguiti, senza ricorrere alle riserve patrimoniali. Queste hanno accresciuto il valore delle riserve del patrimonio netto della Cooperativa.

L'origine della **crescita descritta è riconducibile alle performance positive conseguite da tutti gli anelli della filiera degli abiti usati**, l'uno alla base del successo dell'altro: la raccolta degli indumenti, il processo di avvio al recupero e selezione e la vendita nei negozi Humana Vintage e Second Hand. Questi in particolare hanno registrato un considerevole miglioramento dei risultati, generato dall'efficacia della gestione e dal rilancio del mercato retail.

Un significativo apporto all'efficienza dei tre reparti è provenuto dalla **conduzione "centralizzata" del magazzino di Pregnana Milanese**, lanciata nel 2020. Il comparto logistico ha permesso il buon funzionamento delle operazioni di carico, scarico e stoccaggio e la gestione degli stock, migliorando anche la programmazione delle vendite all'ingrosso, delle donazioni degli indumenti e dell'approvvigionamento di abbigliamento per la nostra catena di negozi.

La raccolta degli abiti, nel 2022, ha visto fruttare gli investimenti attivati nell'anno precedente e ha consolidato le basi del proprio processo produttivo. Al fine di raggiungere obiettivi strategici mirati all'ottimizzazione del servizio di raccolta, sia sotto l'aspetto qualitativo sia quantitativo, e all'efficienza economica, è stato deciso di rafforzare la digitalizzazione della gestione dei contenitori sui quali, inoltre, si è sperimentato l'uso di **"sensori di capienza"** che, monitorando il volume di abbigliamento presente, consentono di individuare il momento ottimale per lo svuotamento, così da evitare "sprechi" logistici.

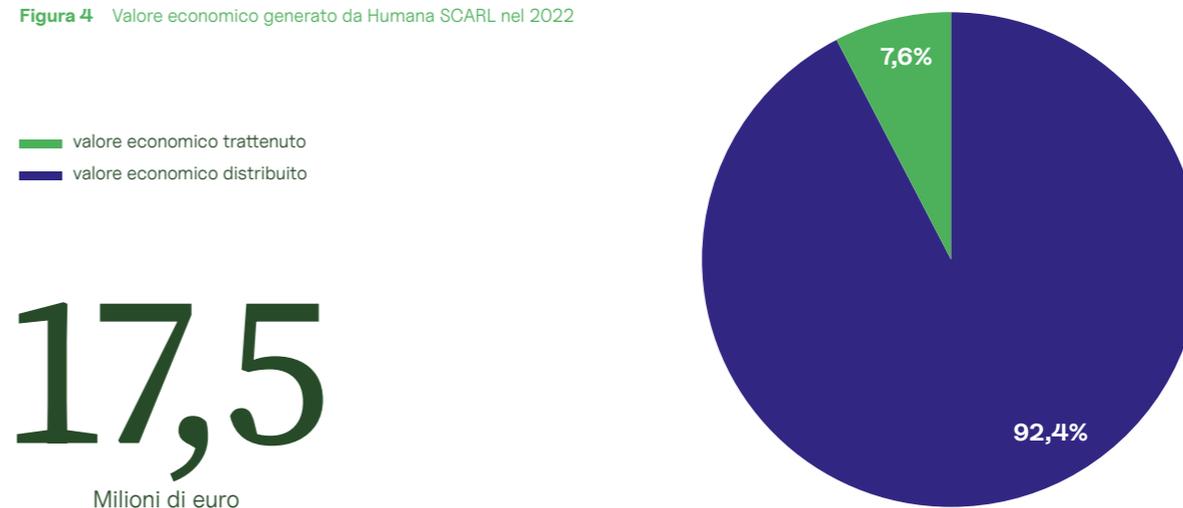
Il numero complessivo di contenitori presenti sul territorio nazionale al 31/12/2022 era pari a **5.073 unità**, in aumento rispetto all'anno precedente (+7%), a servizio di 1.249 Comuni dislocati in 37 province di 7 regioni italiane. Nel corso dell'anno è inoltre stato ripreso a pieno ritmo il **piano di manutenzione dei contenitori stradali**, che ha permesso di incrementare notevolmente il numero dei contenitori rigenerati (**1.070 nel 2022**).

Per il centro di smistamento, il 2022 è stato l'anno dedicato **alla progettazione del nuovo impianto semi-automatico** ideato per il potenziamento delle attività, nonché il miglioramento dell'ambiente lavorativo e della salute degli operatori, grazie a una rivisitazione delle postazioni pensate per avere una maggiore **ergonomia**. Il grande investimento tecnologico nel nuovo impianto, da circa 1 milione di euro, è stato finanziato in parte tramite mutuo bancario per un importo pari a 350.000 euro e in parte direttamente in autonomia da Humana. L'intero investimento è rientrato nell'agevolazione fiscale **INDUSTRIA 4.0**, grazie alla quale l'organizzazione ha ottenuto un credito d'imposta pari al 40% dell'intero ammontare speso.

Il nuovo impianto non comporta la diminuzione della forza lavoro impiegata ma, al contrario, mira a incrementare le iniziali 18 postazioni a 23, così da portare a saturazione il reparto. L'attuale capacità di smistamento (4.000 tonnellate/anno) è quindi destinata ad aumentare fino a 6.000 tonnellate

Tabella 1 Valore economico generato e distribuito da Humana Italia SCARL e costi di produzione (valori in euro)	2020	2021	2022	Variazione 2021-2020	Variazione 2022-2021
Valore economico generato	10.595.551	13.434.100	17.506.669	26,79%	30,32%
Valore economico distribuito	10.985.314	12.886.133	16.177.452	17,30%	25,54%
Costi operativi	5.116.276	6.077.613	8.252.435	18,79%	27,54%
Remunerazione del personale	5.650.007	6.391.571	7.478.322	13,13%	17,00%
Oneri finanziari	94.470	90.013	78.760	-4,72%	-12,50%
Imposte	110.361	122.536	367.935	11,03%	200,27%
Donazioni in denaro a favore di Humana ONLUS per il sostegno ai Progetti nel mondo	-	117.000	501.000		328,21%
Donazioni in denaro a favore di altri enti non profit	14.200	87.400	-	515,49%	
Valore economico trattenuto	- 389.763	547.967	1.329.217	-240,59%	142,57%
Ammortamenti e svalutazioni	13.807	429.611	453.014	3011,54%	5,45%
Utile d'esercizio	- 403.570	118.356	876.203	-129,33%	640,31%

Figura 4 Valore economico generato da Humana SCARL nel 2022



all'anno per ciascun turno, nel caso si decidesse di implementare un ciclo di lavoro su più turni.

L'accresciuto numero di abiti smistati, con accuratezza e qualità crescente, rappresenta la possibilità di **espansione della nostra rete di negozi**: tra il 2021 e il 2022 tre negozi Vintage sono stati inaugurati a Verona, Firenze e Torino.

L'espansione della catena dei punti vendita, anno dopo anno, ci ha permesso di creare, monitorare, collaudare e migliorare delle strategie vincenti sul sistema di vendita, ottimizzando la marginalità di ogni singolo negozio: nel 2022, gli incassi provenienti dai nostri store "Humana Vintage" e "Humana Second Hand" hanno contribuito per oltre il 50% al raggiungimento dei 17.337.669 euro (+30,66% rispetto al 2021) di ricavi provenienti dalle vendite al dettaglio e all'ingrosso degli abiti.

I risultati economici dell'ultimo biennio sono dunque la conseguenza di una **pianificazione strategica mirata** e dello **sforzo congiunto** di tutti e tre gli ambiti di attività della Cooperativa (**Raccolta, Smistamento e Retail**), prova della piena capacità di Humana di sostenersi attraverso le proprie attività, senza ricorrere alle riserve aziendali, e di essere quindi **sostenibile anche da un punto di vista finanziario ed economico**.

L'andamento economico positivo ha permesso alla Cooperativa di sostenere Humana Onlus attraverso importanti contributi per la realizzazione dei progetti sociali e ambientali, pari a **501.000 euro nel 2022**.

Il valore economico generato e distribuito da Humana Italia Onlus (GRI 201-1)

Il **valore economico** direttamente generato da **Humana ONLUS** nel 2022 è stato di **1.528.748 euro**, in sensibile crescita rispetto all'anno precedente (**81,72%**) e, soprattutto del 2020 (+196%), evidenziando una ripresa dopo la crisi provocata dalla diffusione del virus Covid-19 grazie al ripristino delle attività di valorizzazione degli abiti e delle donazioni da parte di Humana Cooperativa.

Del valore generato nel 2022, solo lo 0,3% è stato trattenuto dall'associazione e destinato a riserve, mentre il restante **99,70% è stato distribuito agli stakeholder** e in particolar modo utilizzato per la realizzazione e il sostegno di progetti sociali e ambientali **in Italia e nel mondo**, in linea con la mission istituzionale.

Nel 2022 il contributo di 1.162.632 euro destinato ai progetti nel mondo è derivato:

- per il **48,26%** dalla **valorizzazione economica dei vestiti donati** alle associazioni consorelle di **Humana** attive in Africa, membri della Federazione Internazionale;
- per il **51,74%** dalle attività di **raccolta fondi** fatte con istituzioni, aziende e cittadini e dalla donazione ricevuta dalla Cooperativa grazie alla **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 (**G4 DMA Resource Allocation, Former NGO-7**).

I **bilanci di Humana** (SCARL e ONLUS) **sono certificati con controlli di coerenza esterna dalla Società di revisione Ria Grant Thornton SpA** e poi resi disponibili sul nostro sito istituzionale (www.humanaitalia.org) e sul sito dedicato alla raccolta dei vestiti (raccoltavestiti.humanaitalia.org). Dal 2018, le modalità di controllo e verifica del bilancio della SCARL sono state ulteriormente ampliate e rafforzate in seguito all'entrata in vigore dell'obbligatorietà della revisione obbligatoria 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**.

Tabella 2 Valore economico generato e distribuito da Humana Onlus (valori in euro)

	2020	2021	2022	Variazione 2021-2020	Variazione 2022-2021
Valore economico generato	515.797	841.265	1.528.748	63,10%	81,72%
Valore economico distribuito	567.685	839.927	1.523.709	47,96%	81,41%
Costi operativi	146.366	105.965	180.479	-27,60%	70,32%
Remunerazione personale	172.493	162.839	178.113	-5,60%	9,38%
Oneri finanziari	7.915	5.355	2.485	-32,34%	-53,59%
Comunità e progetti Sociali nel Mondo	240.911	565.768	1.162.632	134,85%	105,50%
Valore economico trattenuto	-51.888	1.338	5.039	-102,58%	276,61%

Tabella 3 Il contributo di HUMANA PEOPLE TO PEOPLE ITALIA ONLUS ai progetti nel mondo suddiviso per provenienza

	2022	%	2021	%
Contributi derivanti dalla raccolta fondi	401.483	70,96%	601.537	51,74%
Valorizzazione in Africa dei vestiti donati	164.285	29,04%	561.095	48,26%
TOTALE	565.768	100,00%	1.162.632	100,00%

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 **Humana Italia** un elemento fondamentale di trasparenza, qui 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 e dalla raccolta fondi.

2

La nostra
squadra

CRESCITA E
VALORIZZAZIONE
DELLE PERSONE



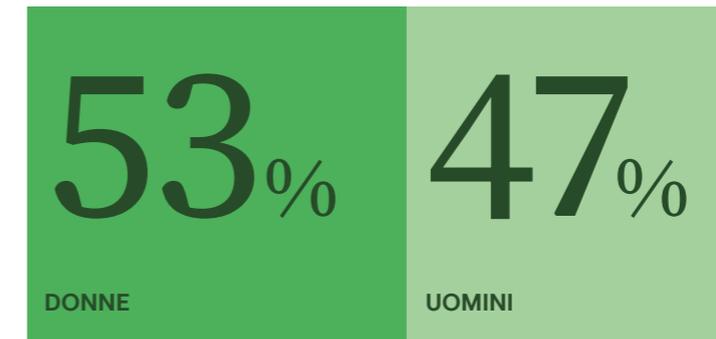
OBIETTIVI
DI SVILUPPO
SOSTENIBILE

2.1 I collaboratori di Humana Italia

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 e ambientale.

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

Lo staff di Humana opera nella sede centrale di Pregnana Milanese per i servizi generali, nelle **5 filiali** nelle province di Brescia, Rovigo, Torino, Teramo e Milano per la gestione della raccolta di vestiti e nei **12 negozi Vintage e Second Hand** presenti in Italia (Milano, Torino, Roma, Firenze, Verona e Bologna), oltre che nel negozio online.



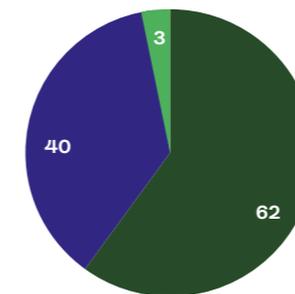
217

Collaboratori assunti da
Humana al 31.12.2022

75,7%

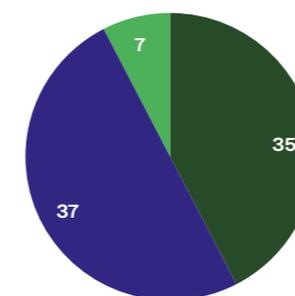
Lavoratori assunti a tempo
indeterminato nel 2022

— sotto i 30 anni
— tra i 30 e i 50 anni
— oltre i 50 anni



105

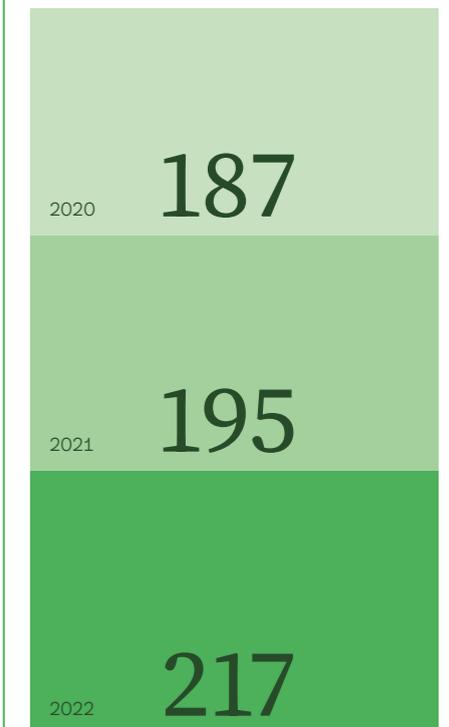
Assunzioni



79

Cessazioni

Assunzioni e cessazioni nel 2022



Lo staff di Humana si contraddistingue per l'equilibrio di genere.

Al 31 dicembre 2022 era costituito da **217 collaboratori**, in aumento rispetto al 2021 (+**11,3%**) e rispetto al livello di occupazione pre-Covid. Le persone assunte nel 2022 sono state infatti **105**, a dimostrazione di una politica di espansione avviata dall'organizzazione, per la maggior parte inserite nei reparti di raccolta abiti e negozi, a fronte di un numero di cessazioni dei contratti di lavoro pari a **79**: il conseguente tasso di turnover in entrata è pari a 55,9% e in uscita a 42% (**GRI 401-1**).

Dei 217 collaboratori di Humana Italia, 212 erano assunti da Humana SCARL, mentre 5 lavoravano per Humana ONLUS. Tutti i collaboratori di Humana sono coperti dal **CCNL del Terziario e Commercio (GRI 2-30)**.

Quasi la totalità dei collaboratori di Humana (98,6%) era regolata da un contratto a tempo **determinato o indeterminato**.

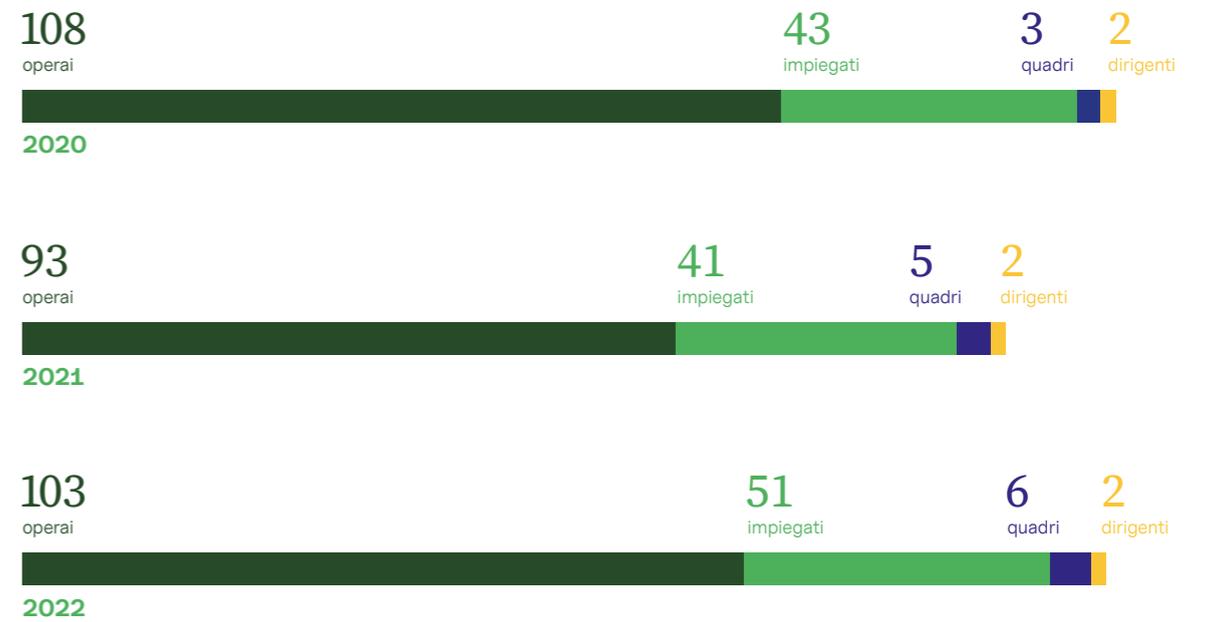
Questi ultimi in particolare erano pari al **75,7%** del totale dei dipendenti (162 persone), mentre erano 52 i dipendenti a tempo determinato (**GRI 2-7**). La restante parte era costituita da stagisti e collaboratori (3 persone).

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, dei 214 dipendenti, 148 lavoravano in **full-time** e 66 in **part-time**, per la maggior parte donne (**GRI 2-7**).



Figura 1 Dipendenti a tempo indeterminato al 31 dicembre



148

Dipendenti che lavorano in modalità **full-time**

66

Dipendenti che lavorano in modalità **part-time**

1

Giorni alla settimana in modalità **home working**

5%

Tasso di assenteismo registrato nel 2022

0

Azioni legali o denunce per casi di discriminazione nel 2022

16,22%

Tassi di infortunio registrati nel 2022, tutti di lievi entità

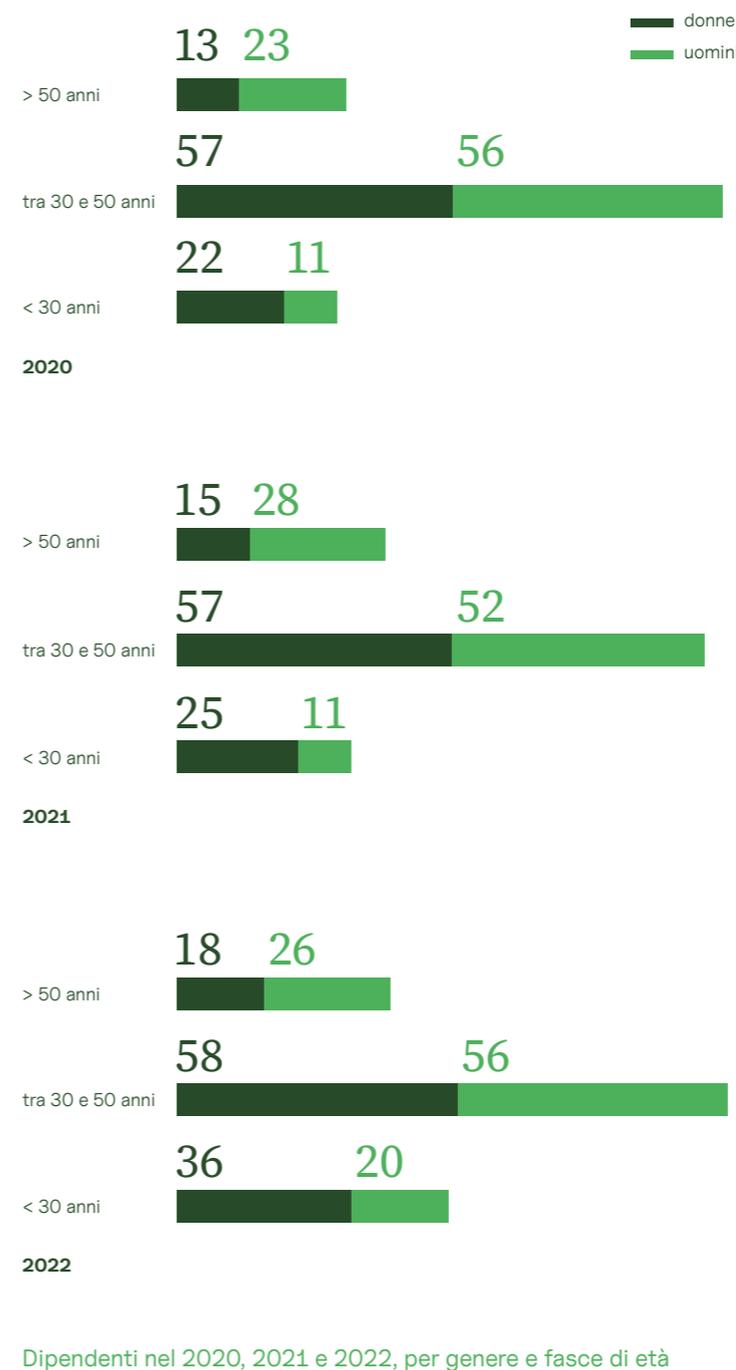
**2.2 PARI OPPORTUNITÀ
E MULTICULTURALISMO**

Il concetto di “diversity & inclusion”, negli ultimi anni sempre più al centro del dibattito pubblico e dell’interesse del legislatore, con conseguenti impatti sul mondo delle imprese, è per Humana un valore fondante, parte del suo DNA. La conferma sta nel fatto che i collaboratori di Humana al 31/12/2022 appartenevano a ben **20 nazionalità diverse**: un team davvero multiculturale che lavora unito, andando oltre qualunque differenza di etnia, religione e cultura. Non esistono particolari procedure formalizzate volte a garantire le pari opportunità e il contrasto verso qualsiasi tipo di discriminazione all’interno dell’organizzazione: questi temi sono infatti parte dei principi intrinseci e fortemente radicati nella cultura interna all’organizzazione, motivo per cui non si è ritenuto necessario adottare politiche formalizzate a riguardo (GRI 3-3). Anche nel biennio 2021-2022, **non si sono registrate azioni legali o denunce relative a casi di discriminazione** nei confronti o all’interno dello staff per il mancato rispetto delle

persone in virtù della loro religione, razza, sesso, opinione politica o per la propria estrazione e provenienza sociale (GRI 406-1 a).

Oltre alla diversità etnica, lo staff di Humana si contraddistingue anche per **l’equilibrio di genere**. La popolazione aziendale è infatti caratterizzata da un sostanziale rapporto di parità tra uomini e donne, con la leggera prevalenza di queste ultime.

La parità di genere è assicurata anche negli organismi di governance (GRI 405-1 a). Se nel **Comitato Direttivo** solo il 25% dei quattro componenti è di genere femminile, il **CdA della Cooperativa** a fine 2022 vedeva la presenza di 2 donne su 3 componenti e queste salivano alla totalità dei 3 componenti nel **CdA della ONLUS**. Tutti i membri dei Consigli d’Amministrazione di Cooperativa e Associazione hanno un’età superiore ai 50 anni, mentre **la maggior parte** dei collaboratori della squadra di Humana ha un’età compresa **tra i 30 e i 50 anni** e **oltre il 26%** è costituito da persone **under 30**, percentuale in netta crescita rispetto al 2020 (+8%) (GRI 405-1 b).



I dati al 31.12.2022

26%

Dipendenti under 30

86%

Dipendenti tra i 30 e i 50 anni

20

Nazionalità diverse

0

Azioni legali o denunce per casi di discriminazione

Dipendenti nel 2020, 2021 e 2022, per genere e fasce di età

La diversità nel DNA: 20 nazionalità unite da un unico obiettivo.

2.3 FORMAZIONE E CRESCITA PROFESSIONALE

La filosofia “people to people” non trascura, anzi include, formazione e crescita professionale, vista l'importanza che le persone rivestono nell'organizzazione.

La formazione erogata mira da una parte ad accrescere lo **sviluppo professionale** dello staff, e dall'altra al continuo **coinvolgimento e alla sensibilizzazione sui temi e sui valori fondanti della nostra mission**. Ogni anno, i responsabili di reparto rilevano le esigenze formative dei propri collaboratori e le comunicano all'ufficio Risorse Umane.

La formazione erogata nel 2022 ammontava complessivamente a **839 ore**, in leggera decrescita rispetto all'anno precedente (-15%) ma in aumento rispetto al 2020 (+16%). Delle **839 ore** erogate, l'**87,4%**, per un totale di 734 ore, è stato dedicato a percorsi di **formazione obbligatoria**, sulla **salute e sicurezza** sul posto di lavoro, quali: formazione rivolta ai lavoratori neoassunti e aggiornamento per i dipendenti storici, conduzione del carrello elevatore, formazione e aggiornamento dei Rappresentanti dei Lavoratori, dei Preposti e degli addetti al Primo Soccorso e all'Antincendio (**GRI 403-5**).

Le restanti **105 ore** sono state dedicate alla formazione volontaria per lo sviluppo di competenze trasversali e tecniche specifiche per ruolo e ambito di lavoro. Tra queste si citano: corsi di **excel base e intermedio** e, più in generale, corsi dedicati alla **digitalizzazione interna**, destinati a figure quali i dipendenti dei Negozi, dell'ufficio Risorse Umane e del reparto della Raccolta Abiti; un corso sugli **standard GRI** per la rendicontazione della sostenibilità, che ha coinvolto la responsabile dell'Ufficio Certificazioni, un corso nell'ambito del “**progetto smartworking**” (vedi paragrafo **2.4 Salute, sicurezza e benessere**) finanziato da Regione Lombardia e diverse sessioni di Ecodrive dedicate agli autisti per una guida efficiente dei mezzi dedicati alla raccolta degli indumenti.

Tutto lo staff neoassunto ha partecipato ai corsi di formazione in ambito **modello 231 e anticorruzione**, con l'obiettivo di fornire loro una prima conoscenza dei principali processi, procedure e strumenti organizzativi interni, agevolando così il loro inserimento nella squadra.

Se si considerano le ore di formazione (obbligatoria e non) erogate per **categoria contrattuale**, nel 2022 sono stati gli impiegati a beneficiarne maggiormente (**GRI 404-1**).

I dati del 2022

839

Ore di formazione totali erogate

734

Ore di formazione obbligatoria sulla salute e la sicurezza

105

Ore di formazione volontaria per lo sviluppo di competenze trasversali

100%

Personale neoassunto che ha frequentato corsi sulla sicurezza

2.4 SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE

Per Humana tutelare la salute e la sicurezza dei propri collaboratori e di tutte le persone coinvolte nelle attività costituisce un **principio fondamentale**. Per questo sono garantiti a tutti i collaboratori **corsi di aggiornamento o di formazione ex novo in tema di salute e sicurezza sul posto di lavoro**, con l'obiettivo di istruire le persone ad assumere comportamenti adeguati alla propria tutela e a quella degli altri e al fine di mantenere la conformità alle normative inerenti quest'ambito.

Le regole in materia di salute e sicurezza non riguardano solo collaboratori e dipendenti, ma sono estese a tutti coloro che entrano in contatto, a vario titolo, con l'organizzazione, tra cui collaboratori esterni, volontari, attivisti del progetto Orto 3C e visitatori del centro di smistamento.

Le attività di Humana Italia **non sono contraddistinte da un elevato rischio** per la salute e la sicurezza; i principali rischi sono connessi all'attività di svuotamento e trasporto degli indumenti raccolti dagli autisti, alla manutenzione dei contenitori e all'attività di stoccaggio e spostamento degli abiti negli impianti di Humana.

Il nuovo impianto di Smistamento semi automatico di Pregnana Milanese, attivato nel 2023, è stato progettato ponendo una grande attenzione agli **aspetti ergonomici delle postazioni di lavoro**, con l'intento di ridurre ulteriormente i rischi e migliorare il benessere psicofisico degli operatori coinvolti nell'attività.

Ai lavoratori delle filiali di Humana, dei negozi e degli uffici non sono assegnate mansioni che presentano un alto livello di rischio di malattie specifiche.

Humana Italia si impegna a perseguire un continuo miglioramento della propria struttura e documentazione relative a salute e sicurezza sul lavoro, e ha già avviato l'integrazione degli aspetti relativi a questi temi nel proprio Sistema di Gestione Integrato Qualità e Ambiente, dotando l'organizzazione di procedure, buone prassi e formazione specifica al di là di quanto richiesto dal D. Lgs. 81/2008 (**GRI 403-1**). Benché non vi siano accordi formali con i sindacati relativi alla salute e alla sicurezza, Humana Italia è strutturata con un **team di lavoro** deputato a controllare e fornire consigli sui programmi di **tutela della salute e sicurezza** dei lavoratori (**GRI 403-4**). Inoltre, tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato hanno a disposizione la copertura sanitaria Fondo Est prevista dal CCNL Terziario e Commercio (**GRI 401-2, 403-6**).

La squadra di Humana Italia dedicata alla salute e sicurezza sul posto di lavoro al 31/12/2022 includeva un Dirigente per la Sicurezza, un Responsabile Servizio di Prevenzione e Protezione (**RSPP**), il medico competente. Erano attivi inoltre **2** Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (**RLS**) per la **COOP, uno operativo nella filiale di Pregnana Milanese (MI) e uno nella filiale di Torbole Casaglia (BS)**, e **1 RLS** per i dipendenti della **ONLUS**, presso la sede milanese. Si aggiungono inoltre **34 Preposti, 41 addetti Antincendio e 40 al Primo Soccorso**. Il ruolo di RSPP esterno (Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione) è necessario all'individuazione dei fattori di rischio e delle misure per la sicurezza e la salubrità degli ambienti di lavoro, nel rispetto della normativa vigente e sulla base della specifica conoscenza dell'organizzazione aziendale (**GRI 403-2/4**).

Nel corso del 2022, nel perimetro di Humana Italia si sono verificati un totale di **5 infortuni** sul lavoro, determinando un **tasso di infortunio** (↔ Tab. 10) pari a 16,22.

Le persone coinvolte sono stati 4 autisti e un'impiegata che hanno riportato contusioni o lievi traumi. Nessun collaboratore di Humana Italia ha contratto malattie collegate allo svolgimento dell'attività professionale (**GRI 403-9 a**). 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 nostro sistema di sicurezza 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 **5,2% nel 2022**, sostanzialmente in linea con il dato del 2021 (5,0%). Le giornate di assenza sono state in totale 2.750 su 377.846 ore lavorabili, mentre nel 2021 le giornate di assenza erano 2.402 su 347.895 ore lavorabili. In ambito di **Welfare e Wellbeing aziendale**, Humana ha partecipato e vinto il bando indetto dalla Regione Lombardia volto all'adozione di un piano di **smart working**. È stato quindi avviato un progetto pilota che ha coinvolto 10 risorse interne, scelte tra coloro che potenzialmente avrebbero potuto svolgere attività lavorative da remoto e 6 risorse deputate al monitoraggio di tale attività. Il progetto, attraverso specifici percorsi di formazione, ha avuto l'obiettivo di simulare l'adozione del piano, in modo da poterlo verificare e adattare alle policy e alle necessità

aziendali. La simulazione si è conclusa nel mese di giugno 2022 e ha portato alla diffusione dello smart working nella modalità di **1 giorno alla settimana** a tutta la popolazione aziendale il cui ruolo lo permette.

2.5 IL PERSONALE ESTERNO

Alcune attività operative, specie quelle legate all'andamento della raccolta di indumenti usati, vengono appaltate a **società esterne che impiegano personale proprio**.

Il ricorso ai servizi esterni è motivato dalla necessità di coprire i **periodi di picco di raccolta abiti**, durante i quali si arriva a raccogliere anche il doppio del quantitativo di indumenti rispetto alla norma. Per questo motivo, il servizio di appalto con il personale esterno è impiegato soprattutto nei magazzini.

Nel 2022 sono stati 17 i collaboratori esterni¹, **operai di genere maschile**, che hanno svolto il proprio lavoro per Humana nelle attività di carico-scarico, riempimento e chiusura dei balloni dei vestiti usati nelle filiali di Pregnana Milanese (MI), Rovigo e Torbole Casaglia (BS) **(GRI 2-8)**.

Humana Italia contribuisce a garantire la **salute e sicurezza** sul posto di lavoro anche ai collaboratori esterni assunti da Cooperative, ai quali spetta in via prioritaria l'adeguata formazione a riguardo.

Il preposto o il responsabile del reparto presso cui si trovano 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. 81/2008 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. 81/2008, viene redatto il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (DUVRI), allo scopo di valutare i rischi da interferenze tra le attività dei soggetti coinvolti e adottare le necessarie misure di protezione e prevenzione degli infortuni **(GRI 403-7)**.

Nel corso del 2022 **non si sono registrati infortuni né incidenti** che hanno coinvolto i collaboratori esterni impiegati da Humana per lo svolgimento delle proprie attività **(GRI 403-9 b)**.

¹ 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

Tabella 1 Collaboratori complessivi per contratto e genere (GRI 2-7)*

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Tempo indeterminato	162	141	156	14,9%
Donne	85	70	77	21,4%
Uomini	77	71	79	8,5%
Tempo determinato	52	47	26	10,6%
Donne	27	27	15	0,0%
Uomini	25	20	11	25,0%
Stage	1	5	2	-80,0%
Donne	1	5	2	-80,0%
Uomini	0	0	0	-
Contratto collaborazione coordinata e continuativa	2	2	3	0,0%
Donne	1	1	1	0,0%
Uomini	1	1	2	0,0%
Apprendistato	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-
Totale	217	195	187	11,3%
Donne	114	103	95	10,7%
Uomini	103	92	92	12,0%

*Collaboratori complessivi stabilmente impiegati da Humana e presenti al 31/12 di ciascun anno.

Tabella 2 Dipendenti per tipologia d'impiego e per genere (GRI 2-7)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Full-time	148	136	136	8,8%
Donne	61	56	54	8,9%
Uomini	87	80	82	8,8%
Part-time	66	52	46	26,9%
Donne	51	41	39	24,4%
Uomini	15	11	7	36,4%
Totale	214	188	182	13,8%



Informativa generale

Tabella 3 Collaboratori complessivi per area geografica e genere (GRI 2-7, 2-8)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Abruzzo (Pineto)	5	5	5	0,0%
Donne	0	0	0	-
Uomini	5	5	5	0,0%
Emilia Romagna (Bologna)	7	5	5	40,0%
Donne	6	4	4	50,0%
Uomini	1	1	1	0,0%
Lazio (Roma)	15	12	15	25,0%
Donne	13	10	10	30,0%
Uomini	2	2	5	0,0%
Lombardia (Milano, Pavia, Pregnana M.se, Torbole C.)	137	135	129	1,5%
Donne	72	75	70	-4,0%
Uomini	65	60	59	8,3%
Piemonte (Nichelino, Torino)	27	19	18	42,1%
Donne	13	9	10	44,4%
Uomini	14	10	8	40,0%
Toscana (Firenze)	6	0	0	-
Donne	4	0	0	-
Uomini	2	0	0	-
Veneto (Rovigo, Verona)	20	19	15	5,3%
Donne	6	5	2	20,0%
Uomini	14	14	13	0,0%
Totale	217	195	187	11,3%
Donne	114	103	96	10,7%
Uomini	103	92	91	12,0%



Informativa generale

Tabella 4 Collaboratori esterni per area geografica e genere (GRI 2-8)*

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Lombardia (Pregnana M.se, Torbole C.)	14	11	3	27,3%
Donne	0	1	0	-100,0%
Uomini	14	10	3	40,0%
Veneto (Rovigo)	3	1	9	200,0%
Donne	0	0	0	-
Uomini	3	1	9	200,0%
Totale	17	12	12	41,7%
Donne	0	1	0	-100,0%
Uomini	17	11	12	54,5%

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



Occupazione

Tabella 5 Numero totale di nuove assunzioni per fascia d'età e genere (GRI 401-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Under 30	62	35	26	77,1%
Donne	32	23	18	39,1%
Uomini	30	12	8	150,0%
Tra i 30 e i 50 anni	40	31	32	29,0%
Donne	8	10	6	-20,0%
Uomini	32	21	26	52,4%
Over 50	3	6	6	-50,0%
Donne	1	1	1	0,0%
Uomini	2	5	5	-60,0%
Totale	105	72	64	45,8%
Totale donne	41	34	25	20,6%
Totale uomini	64	38	39	68,4%

 Occupazione

Tabella 6 Numero totale di persone che hanno terminato o interrotto il rapporto di lavoro, per fascia d'età e per genere (GRI 401-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Under 30	35	25	20	40,0%
Donne	17	16	12	6,3%
Uomini	18	9	8	100,0%
Tra i 30 e i 50 anni	37	35	52	5,7%
Donne	9	11	8	-18,2%
Uomini	28	24	44	16,7%
Over 50	7	3	7	133,3%
Donne	0	0	1	-
Uomini	7	3	6	133,3%
Totale	79	66	79	19,7%
Totale donne	26	27	21	-3,7%
Totale uomini	53	36	58	47,2%

Tabella 7 Tasso di turnover per fascia d'età e genere (GRI 401-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Tasso turnover complessivo	97,9%	75,8%	72,6%	22,1%
Tasso di turnover in entrata	55,9%	39,6%	32,5%	16,3%
Donne	21,8%	18,7%	12,7%	3,1%
Uomini	34,0%	20,9%	19,8%	13,1%
Under 30	33,0%	19,2%	13,2%	13,8%
Tra i 30 e i 50 anni	21,3%	17,0%	16,2%	4,3%
Over 50	1,6%	3,3%	3,0%	-1,7%
Tasso di turnover in uscita	42,0%	36,3%	40,1%	5,7%
Donne	9,0%	8,8%	6,1%	0,2%
Uomini	9,6%	4,9%	4,1%	4,7%
Under 30	18,6%	13,7%	10,2%	4,9%
Tra i 30 e i 50 anni	19,7%	19,2%	26,4%	0,5%
Over 50	3,7%	1,6%	3,6%	2,1%

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

 Salute e sicurezza sul lavoro

Tabella 8 Numero di infortuni sul lavoro dei dipendenti, per genere e area geografica (GRI 403-9)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Numero di infortuni Lombardia (Milano, Pavia, Pregnana M.se, Torbole C.)	3	4	4	-25,0%
Donne	1	0	0	-
Uomini	2	4	4	-50,0%
Numero di infortuni Piemonte (Torino, Nichelino)	2	0	0	-
Donne	0	0	0	0,0%
Uomini	2	0	0	-
Numero di infortuni Veneto (Rovigo, Verona)	0	1	0	-100,0%
Donne	0	0	0	0,0%
Uomini	0	1	0	-100,0%
Totale	5	5	4	0,0%
Donne	1	0	0	-
Uomini	4	5	4	-20,0%

Tabella 9 Numero di infortuni sul lavoro dei dipendenti suddivisi per gravità (GRI 403-9)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Numero di infortuni registrabili	5	5	4	0,0%
di cui occorsi ai dipendenti	5	5	4	0,0%
di cui contrattisti	0	0	0	-
Numero di infortuni con conseguenze gravi	0	0	0	-
di cui occorsi ai dipendenti	0	0	0	-
di cui 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	2021	2020	var% (2021-2022)
Tasso di infortuni sul lavoro	16,22	17,28	15,29	-6,1%
di cui occorsi ai dipendenti	16,22	17,28	15,29	-6,1%
di cui 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 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 x1.000.000

Il Tasso di assenteismo è stato calcolato come: giornate di assenza (da calendario) per infortunio/totale ore lavorate in un anno x10.000

Formazione e istruzione

Tabella 11 Ore medie annue di formazione erogate ai dipendenti, suddivisi per categoria contrattuale e genere (GRI 404-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Dirigenti	4,0	2,5	8,0	60%
Donne	-	-	-	-
Uomini	4,0	2,5	8,0	60%
Quadri	2,2	4,8	3,5	-55%
Donne	1,0	-	-	-
Uomini	2,4	4,8	3,5	-50%
Impiegati	5,4	6,6	5,1	-19%
Donne	5,6	5,8	4,7	-4%
Uomini	4,6	9,7	6,4	-52%
Operai e Equiparati	3,5	4,8	3,5	-27%
Donne	2,9	3,7	3,7	-22%
Uomini	4,0	5,6	3,4	-29%
Totale	3,9	5,2	4,0	-25%
Totale donne	3,8	4,5	7,7	-15%
Totale uomini	4,0	6,0	6,8	-33%

Diversità e pari opportunità

Tabella 12 Dipendenti per categoria contrattuale e genere (GRI 405-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Dirigenti	2	2	2	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	2	2	2	-
Quadri	6	5	4	20,0%
Donne	1	0	0	-
Uomini	5	5	4	-
Impiegati	54	48	48	12,5%
Donne	41	38	39	7,9%
Uomini	13	10	9	30,0%
Operai	152	133	128	14,3%
Donne	70	59	54	18,6%
Uomini	82	74	74	10,8%
Totale	214	188	182	13,8%
Donne	112	97	92	15,5%
Uomini	102	91	12,1	-6,0%

Tabella 13 Popolazione aziendale per fascia di età e genere (GRI 405-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Under 30	56	36	33	55,6%
Donne	36	25	22	44,0%
Uomini	20	11	11	81,8%
Tra i 30 e i 50 anni	114	109	113	4,6%
Donne	58	57	57	1,8%
Uomini	56	52	56	7,7%
Over 50	44	43	36	2,3%
Donne	18	15	13	20,0%
Uomini	26	28	23	-7,1%
Totale	214	188	182	13,8%
Donne	112	97	92	15,5%
Uomini	102	91	90	12,1%

Diversità e pari opportunità

Tabella 14 Composizione CDA Humana SCARL
per fascia d'età e genere (GRI 405-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
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	2	2	2	0,0%
Uomini	1	1	1	0,0%
Totale	3	3	3	0,0%
Donne	2	2	2	0,0%
Uomini	1	1	1	0,0%

Tabella 15 Composizione CDA Humana ONLUS
per fascia d'età e genere (GRI 405-1)

	2022	2021	2020	var% (2021-2022)
Under 30	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-
Tra i 30 e i 50 anni	0	1	1	-100,0%
Donne	0	1	1	-100,0%
Uomini	0	0	0	0,0%
Over 50	3	2	2	50,0%
Donne	3	2	2	50,0%
Uomini	0	0	0	-
Totale	3	3	3	0,0%
Donne	3	3	3	0,0%
Uomini	0	0	0	-



3

La filiera della raccolta abiti

3.1

Una filiera trasparente e sicura

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

La tracciabilità è per l'organizzazione ancora più importante in quanto portatrice di una finalità sociale che risponde a un preciso mandato dei cittadini che donano i loro vestiti: grazie alla trasparenza, è possibile garantire il **valore sociale** prodotto dall'attività di Humana, sotto forma di progetti di cooperazione internazionale e attività sociali e ambientali in Italia.

Humana coglie l'occasione di ogni confronto pubblico per portare all'attenzione dei propri interlocutori il funzionamento dell'intera filiera



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

degli abiti usati, evidenziandone sia la complessità sia l'impatto sociale e ambientale positivo.

Humana si è dotata di una serie di strumenti e di certificazioni volte a migliorare la gestione della propria filiera:

- **Certificazioni UNI ENI ISO 9001** per la Qualità e **14001** per l'Ambiente¹;
- **Modello Organizzativo 231**;
- iscrizione alla **White List** (ossia al registro gestito dalla Prefettura di Milano con l'elenco dei fornitori, prestatori di servizi ed esecutori di lavori non soggetti a tentativo di infiltrazione mafiosa, operanti nei settori esposti maggiormente a rischio);
- filiera asseverata **ESET** (Etica, Solidale, Ecologica e Trasparente) da un Ente terzo.

La filiera

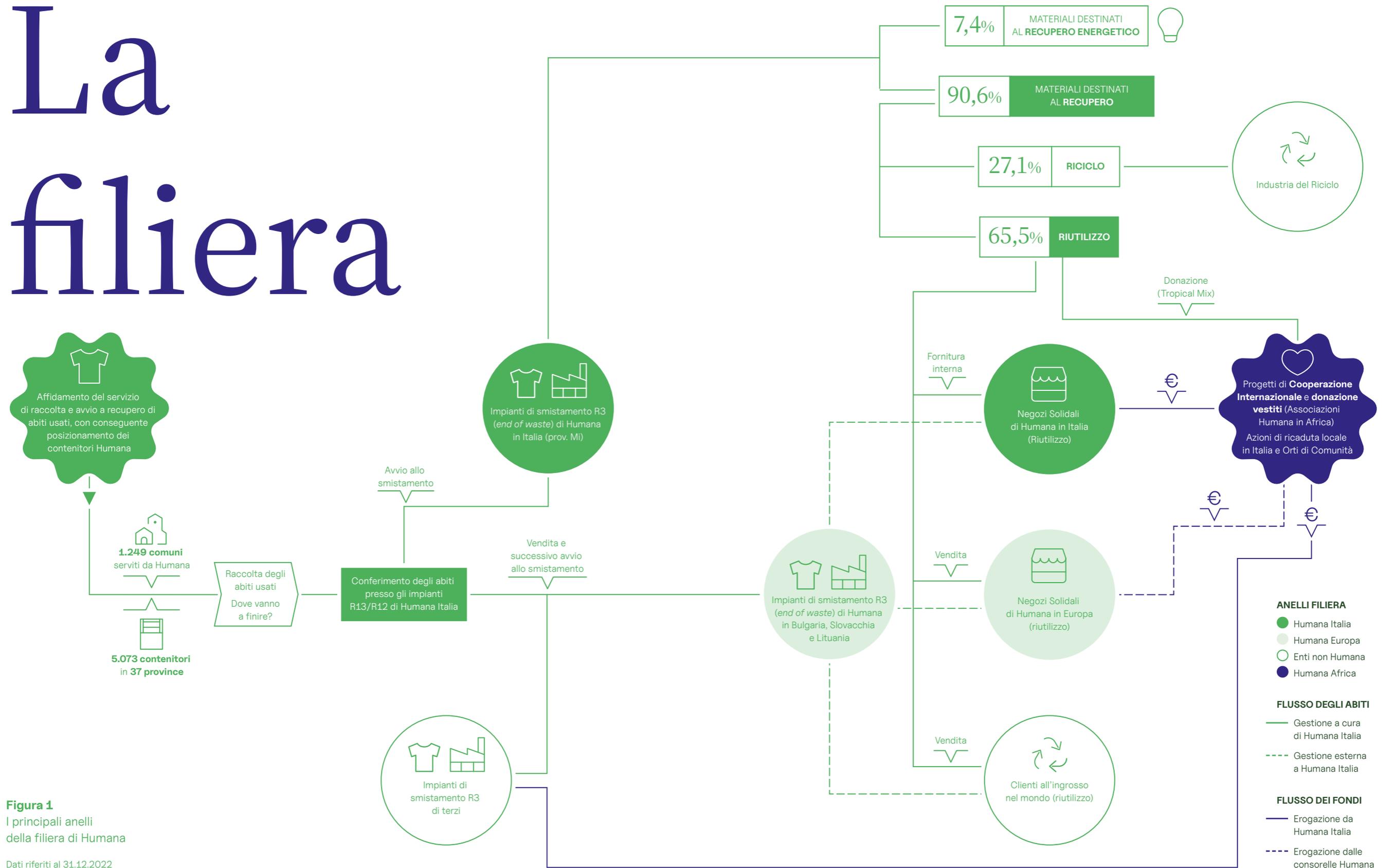


Figura 1
I principali anelli della filiera di Humana

Dati riferiti al 31.12.2022

3.2 VESTITI USATI: GLI ANELLI DELLA FILIERA DI HUMANA (GRI 2-6)

Affidamento del servizio

Humana gestisce e realizza la raccolta degli indumenti tramite contenitori stradali in conformità al **Testo Unico Ambientale (D. Lgs. 152/2006)**, secondo il quale la raccolta di vestiti, scarpe e accessori usati avviene in regime di privativa da parte di comuni o gestori (consorzi e utilities). Questi possono poi decidere di affidare il servizio a operatori terzi, tra cui appunto Humana Italia.

L'affidamento del servizio rappresenta il primo anello della filiera di Humana ed è regolamentato dalla **normativa** definita dal Codice degli Appalti e delle Concessioni (**D. Lgs. 50/2016**). Questo dà un rinnovato rilievo al "principio dell'offerta economicamente più vantaggiosa", ponendo al centro la qualità del servizio e integrando gli elementi economici con considerazioni di ordine sociale e ambientale.

Concretamente, l'**affidamento del servizio** può essere **diretto** per importi inferiori a 40.000 euro o può avvenire tramite **bando di gara** (c.d. "procedura ristretta") per importi superiori a 40.000 euro, secondo quanto stabilito dalle **Linee Guida dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) n. 4**. Una volta ottenuto l'affidamento del servizio, è possibile **posizionare i contenitori per la raccolta vestiti** sul suolo comunale.

La qualità del servizio di Humana è assicurata da un team dedicato alle relazioni con gli enti che affidano il servizio di raccolta e avvio al recupero degli indumenti. Nel 2021, lo staff commerciale è stato riorganizzato a seguito dell'uscita dall'organico del responsabile. La nuova struttura prevede quindi la presenza di 2 Key Account incaricati di intrattenere le relazioni uno con gli enti delle regioni di nord-ovest e il secondo con quelle di nord-est e del centro Italia; 3 Referenti Relazioni Esterne impegnati nella gestione dei rapporti contrattuali in essere, nell'organizzazione d'iniziative congiunte, oltre all'attivazione di nuove collaborazioni e

un'addetta alle gare. L'intero staff è coordinato da una figura responsabile dell'ufficio. L'operato di ciascun RRE è suddiviso su base provinciale.

Sono tornati a crescere i numeri delle **visite complessive** effettuate a comuni e consorzi: nel 2021 sono state **466** e **914** nel 2022. Una parte degli incontri è stato svolto online a vantaggio dell'impatto degli spostamenti in automobile. I comuni serviti da Humana per la raccolta degli abiti usati sono dislocati in **7 regioni** (Lombardia, Veneto, Piemonte, Abruzzo, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Marche) ed erano **1.166 (-1,9%** rispetto al 2020) in **42 province** nel 2021 e **1.249** nel 2022 (**+7,9%**) in **37 province (GRI 2-6)**.

Il numero dei **contenitori** al 31 dicembre 2021 era pari a **4.732 (-12,1%)** e **5.073 (+7,2%)** a fine 2022. L'andamento del dato trova origine nell'avvicendamento degli enti affidatari, che svolgono il servizio a seguito di un'assegnazione diretta o bando di gara, allo scadere dei contratti.

Nel 2022, Humana ha introdotto in decine di comuni i contenitori con il layout rinnovato. Il classico colore giallo è passato a un verde brillante; la grafica centrale raffigura un cuore che si fonde con la maglietta, per richiamare l'attenzione del cittadino sull'impatto sociale positivo della sua azione. Sui lati sono riportate indicazioni pratiche sui materiali da consegnare a Humana.

Il servizio di raccolta indumenti di Humana

Una volta perfezionato l'accordo con la stazione appaltante, Humana posiziona i contenitori per la raccolta indumenti sul suolo comunale mettendoli a disposizione dei cittadini 24 ore su 24: in ciascuno dei due anni della presente rendicontazione, sono state circa **3 milioni² le persone che hanno deciso di dare i propri abiti a Humana** e di sostenerne così gli obiettivi sociali e ambientali (**GRI 2-6**).

I contenitori di Humana sono realizzati in **conformità alle norme internazionali UNI**, con l'obiettivo di assicurare nel tempo un servizio di

termine del servizio prestato a HERA FE e in parte dagli strascichi della pandemia che hanno causato una riduzione del numero di convenzioni concluse o rinnovate con municipalità e gestori. La cessione della filiale di Pomezia è rientrata in un piano di espansione della raccolta degli abiti in territori diversi da quelli Laziali. Il passaggio di gestione è avvenuto ad aprile 2021, tuttavia Humana ha proseguito con il servizio di svuotamento in conto terzi per onorare gli impegni siglati con stazioni appaltanti fino alla metà di ottobre, quando si è conclusa la voltura di tutti i contratti a favore dell'ente subentrato.

Gli 888 contenitori evidenziati in verde chiaro nella Figura 2 si sono ridotti a 208 all'inizio del 2021 per azzerarsi dal 1 febbraio dello stesso anno. Questi afferivano ai contratti in essere con AMA Roma e HERA FE: il primo è terminato il 31.12.2020, il secondo il 31.01.2021. Humana ha svolto per i due enti il servizio di svuotamento in conto terzi dei contenitori: recuperava gli indumenti di cui però non gestiva l'avvio al recupero.

Il decremento del numero di contenitori di proprietà di Humana (in verde scuro nella Figura 2) nel 2021 è invece motivato in parte dalla cessione del ramo d'azienda della sede di Pomezia (RM) e dal

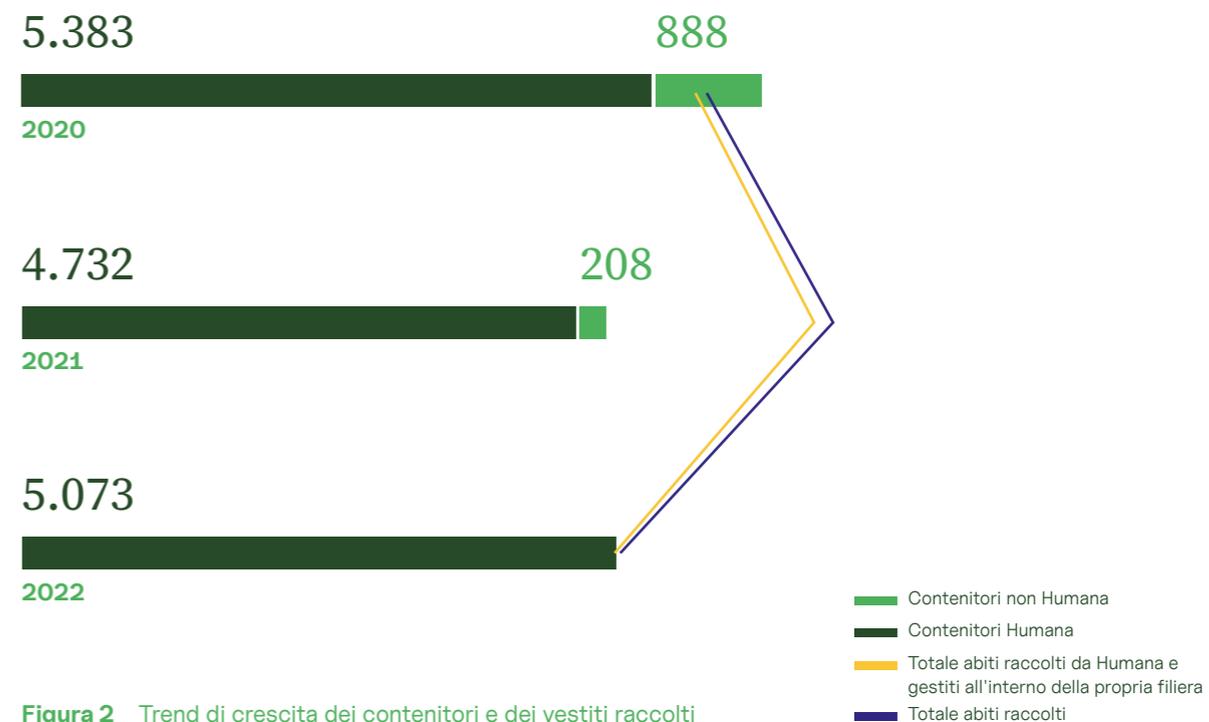


Figura 2 Trend di crescita dei contenitori e dei vestiti raccolti



Figura 3 L'andamento della raccolta abiti (kg)

■ Kg di abiti raccolti da Humana e gestiti da terzi
■ Kg di abiti raccolti e valorizzati da Humana



qualità e garantire la sicurezza dei donatori che usufruiscono del servizio. Grazie a un **sistema di monitoraggio costante**, sono controllati affinché siano sempre funzionanti e in buono stato e sia possibile procedere alla loro sostituzione laddove si verifici un peggioramento della qualità meccanica e/o estetica (**GRI 416-1**).

È la **Cooperativa Humana People to People Italia Scarl** ad occuparsi del servizio di raccolta degli indumenti usati in quanto iscritta all'**Albo Nazionale Gestori Ambientali** (in categoria 1 classe A) e del conferimento per l'avvio a recupero presso i propri impianti nelle province di Brescia, Milano, Roma (fino ad aprile 2021), Rovigo, Teramo e Torino sulla base di specifiche autorizzazioni rilasciate dagli enti competenti.

In questi impianti si conducono attività di recupero diverse a seconda della tipologia di autorizzazione: tutti gli impianti possono ricevere e stoccare i vestiti (**autorizzazioni R13**). Presso l'impianto di Pregnana Milanese (MI) è possibile, grazie all'**autorizzazione R3**, gestire anche un processo di *end of waste* volto alla selezione e all'igienizzazione dei vestiti usati con l'obiettivo di massimizzare il riutilizzo dei capi.

Con lo scopo di migliorare la tracciabilità e la condivisione delle informazioni sul servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti, ci avvaliamo del cosiddetto "**CRM Espresso**", una piattaforma di Customer Relationship Management, adottata a supporto della gestione dei dati sui contenitori o delle richieste e delle segnalazioni da parte dei partner.

La flotta mezzi del reparto Raccolta Abiti constava, a fine 2022, di **59 mezzi** dedicati al servizio di raccolta indumenti, di cui **47** (2021) e **52** (2022) camion e furgoni e **9** (2021) e **7** (2022) automobili ad

uso del reparto commerciale e della manutenzione. Gli automezzi a **basso impatto ambientale** (categorie euro 5 ed euro 6) erano **45**, ovvero l'**80,4%** del totale nel 2021 e **51**, pari al **86,4%** del totale, nel 2022.

I chili di abiti raccolti e valorizzati da Humana Italia nel 2021 sono stati **22.211.109**, circa il **3,5% in più** rispetto al 2020, e **21.529.777** nel 2022, ovvero il **3% in meno** rispetto all'anno precedente (↪ Figura 3) (**GRI 2-6**). A tale riduzione dei quantitativi hanno contribuito la chiusura della filiale di Pomezia (RM) avvenuta ad aprile 2021, il termine del contratto di svolgimento del servizio di raccolta abiti (indumenti comunque gestiti in proprio da Humana) per HERA FE e la contrazione del mercato dovuta alla guerra tra Ucraina e Russia e all'indebolimento del potere d'acquisto (si sono comprati meno abiti e se ne sono donati meno).

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

3 Una quota di abiti raccolti in Italia e smistati dalle Humana europee contribuisce a incrementare le donazioni di Tropical mix (si veda pag. 83) di Humana Italia alle organizzazioni consorelle in Africa.

4 Il processo di lavorazione svolto da Bulgaria, Lituania e Slovacchia è molto simile a quanto descritto per il centro di smistamento di Humana Italia.

Figura 4 Che cosa puoi donare



Abiti



Scarpe



Borse e zaini



Accessori



Biancheria da casa



Inserire in sacchetti chiusi!

Le destinazioni degli abiti

Una volta raccolti e trasferiti negli impianti di Humana (6 fino a ottobre 2021 e 5 successivamente), i vestiti, definiti in questa fase "originale" perché frutto di quanto raccolto direttamente dai contenitori senza alcun processo di selezione, hanno **tre destinazioni principali**: A) gli impianti di smistamento delle consociate di Humana in Europa; B) i clienti esterni alla Federazione Humana; C) il centro di Smistamento di Humana Italia.

Del totale venduto nel 2021, il **58,7%** è stato destinato al **circuito di Humana in Italia e in Europa**; nel 2022 il dato è stato pari al **60,3%**. La restante parte è stata indirizzata a grossisti esterni. Tutti i clienti dell'organizzazione sono dotati di impianti autorizzati, nel rispetto della normativa vigente nel Paese in cui operano. La vendita dell'originale consente di ottenere le risorse economiche necessarie a coprire i costi di gestione ma soprattutto ad assicurare **stabilità economica** ai progetti di cooperazione internazionale e alle attività sociali e ambientali in Italia di Humana.

A) La vendita degli abiti alle organizzazioni Humana in Europa

Sono state tre le **organizzazioni consorelle europee** (Humana People to People **Bulgaria**, Humana People to People **Slovacchia** e Humana People to People **Lituania**) a cui abbiamo venduto **8.821.216** chili di abiti nel 2021 e **8.824.997** chili nel 2022, registrando un lieve aumento (+7,3%) rispetto al 2020. Tali quantitativi rappresentano il **41,3%** di quanto venduto complessivamente da Humana Italia nel corso del 2021 e il **42,2%** del 2022. **Gli indumenti venduti a Humana in Bulgaria, Lituania e Slovacchia vengono da queste smistati³** e

La tracciabilità delle donazioni solidali

I contenitori non sono tutti uguali! In linea con i principi di trasparenza, per favorire la tracciabilità della filiera da parte dei donatori, sui contenitori con il logo Humana sono sempre indicati destinazione degli abiti, la mission e i recapiti **sui lati del contenitore con il logo Humana** (informazioni a volte assenti sui contenitori di alcuni operatori). Tra le informazioni presenti sul contenitore che in generale è **importante verificare per accertarsi dell'affidabilità dell'ente** ci sono:

Humana Italia mette a disposizione dei propri stakeholder le informazioni relative alla propria filiera anche sul sito dedicato (in aggiunta a quello istituzionale) ↪ raccoltaviestiti.humanaitalia.org.

impiegati per destinazioni diverse a seconda della tipologia e della qualità di ciascun capo⁴.

B) La vendita degli abiti a clienti esterni al circuito Humana

Una parte dei capi è venduta a clienti esterni alla rete di Humana: **8.811.317** chili nel 2021 e **8.290.860** nel 2022 pari al **41%** e al **39,6%** del totale venduto da Humana Italia nel corso dei due anni, registrando un aumento rispetto al 2020, anno in cui la percentuale era del 36,8%. Humana, nello scegliere i clienti esterni al proprio circuito, prevede una verifica degli standard di lavoro di queste aziende, anche attraverso visite dei loro impianti.

C) La fornitura degli abiti al centro di smistamento di Humana Italia

La restante parte dell'originale è stata destinata al centro di smistamento di Humana Italia a Pregnana Milanese che ha rafforzato la capacità di selezione dei capi (**3.789.472** chili nel 2021 e **3.771.730** nel 2022 a fronte dei 3.232.217 chili del 2020). Un ulteriore miglioramento del processo di selezione è previsto per il 2023 con l'installazione di un impianto semi-automatico di smistamento.

L'abbigliamento è trattato in due fasi: la verifica visiva, volta a rimuovere materiali estranei, e la suddivisione degli indumenti in categorie merceologiche basate sulla tipologia, qualità e stagionalità dei capi. Tutto il materiale ottenuto, in base all'autorizzazione di cui Humana è in possesso, viene infine sottoposto a igienizzazione allo scopo di rispettare i limiti di legge in termini di carica batterica.



I dati sull'organizzazione incaricata del servizio

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



La destinazione dei capi donati

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

In caso di richieste specifiche è possibile **mettersi in contatto con Humana** tramite i nostri canali Social, oppure via e-mail: ↪ commerciale_raccolta@humanaitalia.org (**GRI 2-3**).

È costante l'impegno di Humana nel valorizzare al meglio i vestiti ricevuti dai cittadini. Questi, infatti, sono suddivisi in **una quarantina di categorie principali che unite a categorie minori divengono circa 80**, corrispondenti a precise caratteristiche dei capi, per soddisfare al meglio le richieste del mercato e accrescere i fondi da destinare ai progetti di sviluppo e sociali. La cura posta nella suddivisione mira, inoltre, a massimizzare il recupero degli abiti o delle loro fibre.

Nel 2021 il **64,1%** dei vestiti smistati è stato **riutilizzato** come abbigliamento; nel 2022 il riutilizzo è stato pari al **65,5%**. Quando troppo deteriorati, i vestiti sono destinati al **riciclo (28,9% nel 2021 e 27,1% nel 2022)** per il recupero delle loro fibre. Nella categoria del riciclo, oltre agli abiti si includono anche eventuali materiali non tessili (pari allo 0,5% nel 2021 e 1,3% nel 2022 delle quote totali di riciclo indicate sopra), tra cui carta e plastica (ad esempio i sacchetti usati per donare gli indumenti), separati dall'abbigliamento.

La restante parte (**7% nel 2021 e 7,4% nel 2022**), non riutilizzabile e non riciclabile, è destinata al **recupero energetico**.

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

Dei capi selezionati da Humana e **destinati al riutilizzo**, sono stati 1.016.464 nel 2021 e 1.056.519 nel 2022 i chili riservati ai negozi Humana **in Italia e in Europa**, dedicati alla moda vintage (capi degli anni '60-'90) e a quella second hand (capi attuali per donna, uomo e bambino) e **in Africa (GRI 306-4)**.

I vestiti e gli accessori in buone condizioni raccolti dai contenitori con il logo Humana vengono quindi rivenduti anche al dettaglio per essere indossati nuovamente, contribuendo così ad allungarne il ciclo di vita e, grazie all'utile generato dalla vendita, a sostenere i progetti sociali dell'organizzazione nel mondo e in Italia. Il tema della sostenibilità ricorre anche negli allestimenti dei negozi, che punta a valorizzare materiali di recupero e arredi dismessi sempre in stile con la proposta commerciale, in particolar modo negli store vintage (**GRI 306-2**).

Le performance di tutti i punti vendita, anche quelli di nuova apertura, hanno superato i risultati attesi. Lasciata alle spalle la battuta d'arresto del 2020, dovuta alla protratta chiusura dei negozi imposta dalle misure anti-pandemiche, nel 2021 le vendite hanno registrato un **+142,7%** rispetto

all'anno precedente e un incremento del **67,5%** nel 2022, riportando la crescita ai livelli pre-Covid.

Gli esiti positivi delle vendite sono riconducibili a diversi fattori, fra questi l'ampliamento della catena degli store divenuti 10 (9 Vintage e 1 Second Hand) a fine 2021 e 12 (11 Vintage e 1 Second Hand) nel 2022 (si veda pag. 89), ai quali si è aggiunto già a fine 2020 lo shop Vintage Online www.humanavintage.it. Indubbiamente significativi per la crescita degli acquisti sono stati l'interesse verso il riutilizzo, in particolare dell'abbigliamento usato, la comunicazione dedicata e differenziata per le due proposte, Vintage e Second Hand, che ha dato risalto alla qualità e alla convenienza dei capi, agli eventi organizzati negli store, alle promozioni e alla scontistica. La comunicazione commerciale, in particolar modo dal 2022, è stata combinata a quella istituzionale. I messaggi pubblicati sui social media, nel web, sulla stampa e nei negozi stessi hanno incluso informazioni inerenti l'impatto sociale e ambientale positivo dell'acquisto dei capi usati ma anche notizie specifiche sui progetti di sviluppo di Humana. Al lancio di ogni nuova collezione è stato proposto un messaggio istituzionale riferito a un progetto e, quando possibile, a celebrazioni internazionali coerenti con il progetto presentato.

Si è confermata inoltre vincente la scelta di creare un reparto centralizzato di prezzatura dei capi, che ha permesso coerenza e correttezza dell'assegnazione dei prezzi, velocità del processo, snellimento dei passaggi operativi svolti nei negozi e infine la possibilità di utilizzare locali situati in posizioni centrali anche se privi di magazzino, in passato necessario per stoccare i capi che dovevano essere prezzati in loco.

Humana Vintage Online nel 2021 ha incrementato gli incassi del 59,3% rispetto al 2020 registrando però un -9% nel 2022. Nonostante tale discontinuità il negozio online di Humana ha contribuito significativamente a dare visibilità ai negozi fisici e alla mission di Humana.

Il **30%** dei vestiti venduti al dettaglio da Humana Italia nel 2021 e 2022 sono provenuti dal centro di smistamento dell'organizzazione di Pregnana Milanese; il **40%** dal centro di smistamento di Humana Bulgaria; il **30%** da centri di selezione di aziende che acquistano da Humana l'originale da cui viene estratta anche la categoria utile ai negozi. È possibile quindi affermare che anche l'ultimo 30% deriva, almeno in parte, dalla raccolta abiti di Humana.

La necessità di avvalersi anche di abiti provenienti da centri di selezione diversi da quello gestito in

97.829

2020

237.448

2021

397.670

2022

Figura 5 Numero di acquisti effettuati nei negozi Humana, calcolato sulla base del numero di scontrini emessi nel corso dell'anno in tutti i negozi Humana in Italia.

proprio dall'organizzazione è dovuta alla struttura del centro stesso, che riesce a soddisfare solo parzialmente le esigenze di fornitura dei negozi.

Per Humana, **la salute e sicurezza del cliente** che sceglie di acquistare nei punti vendita dell'organizzazione è sempre una priorità, assicurata da precisi processi interni che prevedono la cura e la selezione, oltre all'igienizzazione prevista dalla legge, di tutti i capi provenienti dal centro di smistamento di Humana di Pregnana M.se e il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza all'interno dei propri negozi (**GRI 416-1**).

C.2) Destinazione riciclo

A seguito della selezione dei capi effettuata nel centro di smistamento di Humana Italia, la quota di materiali usurati e non più riutilizzabili, ma di cui è possibile recuperare le fibre, viene destinata all'**industria del riciclo**.

La percentuale di capi destinati al riciclo sul totale smistato è stata pari al 28,47% nel 2021 e al 25,8% nel 2022. In termini assoluti, nel 2021 e nel 2022 sono stati rispettivamente 1.075.637 e 972.858 i chili (**GRI 306-4**) destinati da Humana ad aziende

Tropical Mix per l'Africa

Per perseguire la propria mission, oltre a sostenere direttamente specifici interventi di cooperazione internazionale attraverso donazioni monetarie, Humana **invia in Africa parte degli abiti** smistati nel proprio centro di smistamento e considerati riutilizzabili. Tale selezione di capi, definita **tropical mix**, include indumenti e accessori con caratteristiche volte a rispettare le usanze, il clima e i costumi locali. Humana Italia, grazie a costanti confronti con le organizzazioni africane consorelle, invia quantità e tipologia di capi rispondenti alla domanda delle comunità del posto.

I vestiti giunti ai centri di smistamento in Africa sono selezionati in ulteriori sottocategorie da personale dipendente delle consociate Humana, che li vendono attraverso canali locali (piccoli commercianti o tramite grossisti che li rivendono anche in zone rurali), generando un **circuito virtuoso** composto dalla generazione di fondi per i progetti di sviluppo attivi localmente e dal contributo ambientale e occupazionale (**GRI 306-2**).

Gli abiti in Africa

Grazie alla propria presenza in 10 Paesi africani, Humana rileva nelle diverse località in cui opera le difficoltà riscontrate dalle aziende del tessile, in particolare dell'abbigliamento, che faticano a rispondere alla domanda dei mercati locali a causa degli alti costi di produzione. Il prezzo elevato dell'energia elettrica, la scarsa disponibilità idrica che colpisce molte zone e le carenze strutturali delle vie di comunicazioni, penalizzanti per la commercializzazione, disincentivano l'avvio di aziende che dovrebbero rifornire di abbigliamento dettaglianti e consumatori.

Tali fattori rendono l'invio di abiti usati da Europa o Stati Uniti un flusso necessario di merce per la cui selezione e commercializzazione vengono creati posti di lavoro. Humana assume nei propri centri di smistamento africani persone destinate alla suddivisione dei capi, alla spedizione nei punti vendita dell'organizzazione e alla commercializzazione a operatori del settore. A queste si aggiunge il personale amministrativo e di gestione. I fondi ottenuti dalla vendita degli abiti, oltre che per remunerare i collaboratori, sono impiegati per i progetti sociali attivi localmente.

Proprio perché considerati una risorsa essenziale per la mission dell'organizzazione, gli indumenti inviati da Humana Italia alle associazioni consorelle africane sono selezionati con grande cura e nel rispetto dei criteri indicati proprio da chi opera sul campo. La specificità della categoria *tropical mix* rispondente alle necessità locali, comporta, nel caso di Humana, uno scarto pressoché inesistente anche grazie all'abitudine dei rivenditori di riciclare anche gli abiti rimasti invenduti (ad es. un abito può diventare un tappeto).

specializzate nella produzione di pezzami a uso industriale o in processi di riciclo degli scarti tessili che consentono il recupero delle fibre (con lavorazioni diverse a seconda della tipologia di filato, dalla cardatura della lana allo sfilacciamento per il cotone, ecc.) (GRI 306-2). Per Humana "l'obiettivo riutilizzo" rimane prioritario, come peraltro previsto dalle direttive europee. Dare nuova vita a un capo, a un accessorio o a un paio di scarpe è la scelta da preferire per valorizzare al massimo le risorse già impiegate per la produzione. Risulta però pragmatico e strategico ricorrere al riciclo, quando il riutilizzo non è più possibile. Humana, quindi, è interessata a nuovi processi di lavorazione dei tessuti, capaci di recuperare i filati con il minor impatto ambientale.

In quest'ottica, da luglio 2020, grazie alla **partnership con Filatura Astro**, l'organizzazione parte del programma PCR (post-consumer recycled) di Candiani Denim, vengono creati nuovi prodotti realizzati con un denim rigenerato a partire da vecchi jeans (si veda pag. 139). Humana raccoglie, pretratta e prepara i jeans da inviare a Filatura Astro che sminuzzandoli ottiene un nuovo filato da un processo ecosostenibile. Questo viene miscelato da Candiani Denim con uno organico e rigenerativo da impiegare per nuovi capi. Nel 2021 e 2022 Humana ha inviato a Filatura Astro 62.000 chili di jeans che hanno premesso di generare 240 chili di denim il cui 24% era costituito dal filato riciclato (GRI 306-2).

Contribuire a sperimentare e consolidare produzioni innovative, ancor meglio se in partnership, è una sfida che Humana si propone di affrontare nei prossimi anni.

Al riciclo tessile si aggiunge una quota di **materiale riciclabile non tessile** (ad esempio carta o plastica) recuperato dalle smistatrici durante l'attività di selezione (20.521 chili nel 2021 e 48.450 chili nel 2022) (GRI 306-4).

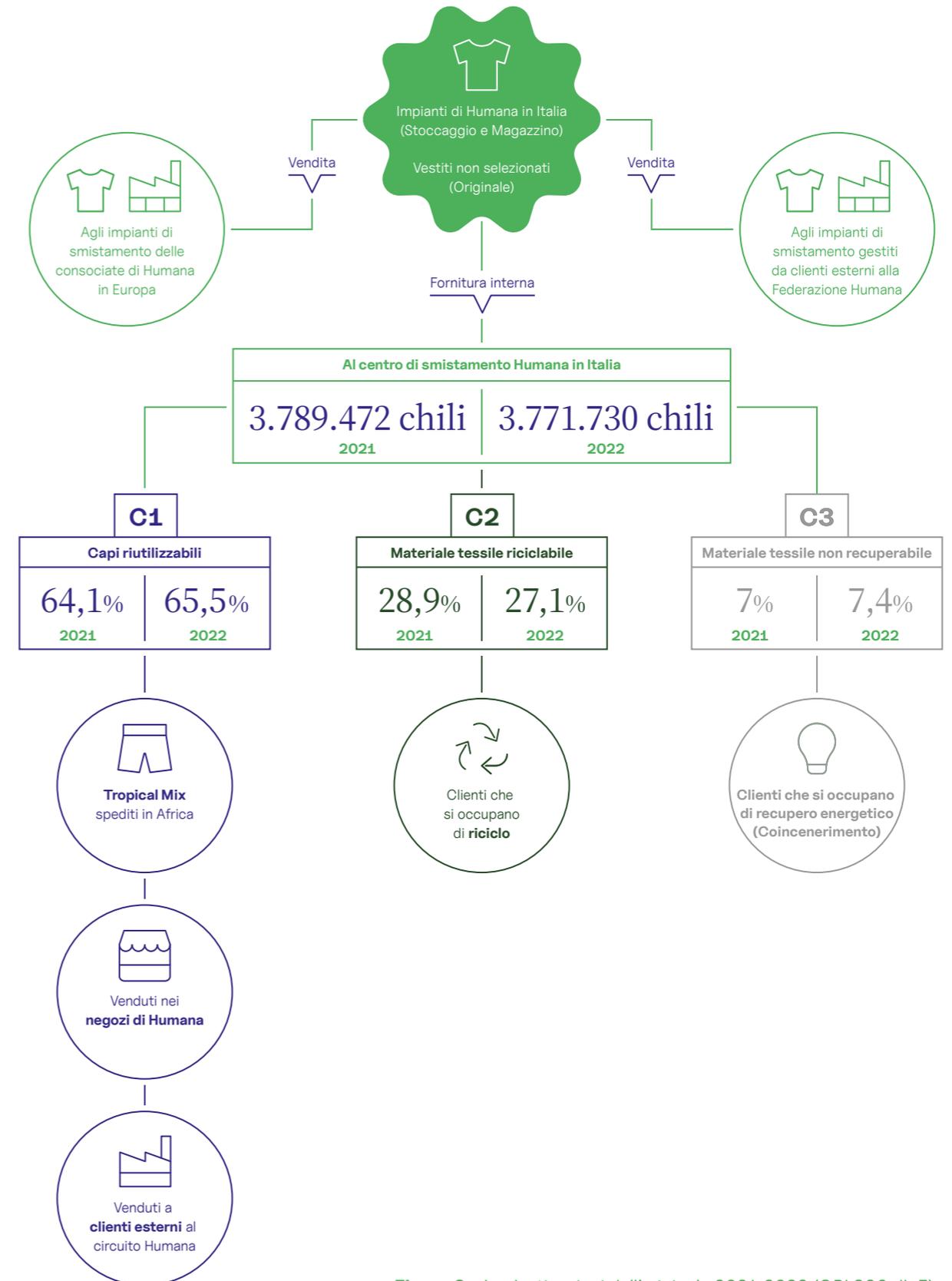


Figura 6 Le destinazioni dell'originale 2021-2022 (GRI 306-4-5)

Humana valorizza i capi raccolti prevalentemente attraverso il riutilizzo.

C.3) Destinazione coincenerimento

La quota di materiale tessile di bassa qualità, non riutilizzabile e non riciclabile (ad esempio perché sporco, molto rovinato o ad alta percentuale di acrilico difficile da riciclare) viene destinato a **recupero energetico**.

In particolare, il fornitore a cui affidiamo questa parte di smistato, certificato UNI EN ISO 9001 e 14001, EMAS e SA8000, utilizza la pratica del cosiddetto **“coincenerimento”** che, a differenza dell’invio in discarica o dell’incenerimento tradizionale, permette di trasformare i materiali tessili e gli accessori non recuperabili in una **fonte di energia alternativa ai combustibili fossili** (carbone, petrolio e gas) **usata in cementifici e centrali elettriche** (si tratta dei cosiddetti combustibili solidi secondari - CSS).

Humana sceglie questo processo perché rappresenta **la migliore alternativa possibile laddove riutilizzo e riciclo non risultino fattibili**: il coincenerimento, infatti, riduce la dipendenza da combustibili fossili, elimina le emissioni delle discariche e non genera scorie. Il **materiale tessile destinato da Humana a recupero energetico** è stato pari a 265.424 chili nel 2021 e 278.238 chili nel 2022 corrispondenti al 7% e al 7,4% di quanto smistato (**GRI 306-5**) (nel 2020 il dato era del 5%).

⁵ Lo studio prevede un riutilizzo della t-shirt per un numero di volte pari a 52.

⁶ Conversion factors 2023 - foglio “material use”, DEFRA .

⁷ ↪ www.waterfootprint.org/resources/interactive-tools/product-gallery. Segnaliamo che il fattore è stato aggiornato rispetto ai bilanci precedenti, pari a 6.000 l/kg (rielaborazione dati Laura Farrant, Environmental benefits from recycling clothes, Technical University of Denmark, Department of Management Engineering, Quantitative Sustainability Assessment, Copenhagen, 2008 (**GRI 2-4**)).

⁸ Segnaliamo il cambiamento dell’albero di riferimento. In passato il calcolo veniva effettuato in base alla capacità di assorbimento di un taglio di 20 anni presente in zone periurbane. Si è deciso di riferirsi alla capacità di assorbimento media annua della CO2 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 ↪ www.politec-srl.com/files/File/Carbon_footprint.pdf (**GRI 2-4**).

⁹ La stima si basa sulla supposizione che tutti gli abiti raccolti da Humana e destinati al riutilizzo siano magliette

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



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

Il modo di Humana per promuovere l'economia circolare si basa sulla valorizzazione dei vestiti usati, prevalentemente mediante il riutilizzo e, in seconda battuta, il riciclo dei capi raccolti. Nel 2021 il 64,1% e il 65,5% nel 2022 di questi sono stati rimessi in circolo per il riutilizzo come abiti di seconda mano, sia attraverso i **negozi** di Humana sia attraverso **l'invio in Africa**. Oltre all’impatto sociale, è importante ricordare che l’attività di recupero dei vestiti usati genera importanti **benefici dal punto di vista ambientale** evitando l’emissione di CO2 e il consumo di acqua.

Per stimare l’impatto ambientale positivo del riutilizzo di un abito rispetto alla creazione di un abito nuovo in termini di Carbon Footprint, facciamo riferimento ai risultati del recente studio pubblicato nel gennaio 2023 da EuRIC Textiles dal titolo **“LCA-based assessment of the management of European used textiles”**.

Lo studio fornisce una panoramica complessiva sul mercato degli abiti usati, in Europa e a livello

100% cotone di 250 grammi, cui fa riferimento lo studio LCA citato. Il totale dei chili di abiti destinati al riutilizzo, così come quelli inviati a riciclo e termovalorizzazione, è stato stimato sulla base di quelli gestiti direttamente dal centro di smistamento di Humana Italia.

¹⁰ Il calcolo è effettuato da Humana Italia, considerando i costi medi di smaltimento (0,20 euro) presso i centri di raccolta differenziata in Italia.

globale, includendo una presentazione delle attuali e future pratiche di raccolta, selezione e destinazione, oltre alle previsioni su come varierà la raccolta degli abiti dopo il 2025.

Lo studio presenta due valutazioni comparative del **ciclo di vita (Lifecycle Assessment)** che hanno come oggetto di raffronto gli impatti ambientali degli abiti nuovi rispetto ai capi di seconda mano. La valutazione conferma che l’impatto del ciclo di vita di un indumento riutilizzato è **significativamente inferiore a quello della produzione di un nuovo capo d'abbigliamento**. Per una maglietta semplice senza decorazioni (utilizzata come unità di misura) sia di tessuto di qualità elevata, che di qualità inferiore, lo studio conclude che il capo d’abbigliamento nuovo sia responsabile di un impatto ambientale complessivo di quasi **70 volte superiore a quello di una maglietta riutilizzata**⁵. In termini di **equivalenti di CO2**, il riutilizzo di entrambi i tipi di capi d’abbigliamento permette di risparmiare oltre 3 chili di CO2. Mentre l’impatto di un nuovo capo d’abbigliamento deriva principalmente dalla **produzione delle fibre** e del prodotto finito, l’impatto ambientale principale connesso al riutilizzo è quello legato ai trasporti. In conclusione, lo studio supporta e sostiene lo sviluppo del mercato globale per il riutilizzo degli abiti.

A livello di emissioni di gas serra, gli impatti positivi di Humana Italia sono altresì connessi al quantitativo di abiti raccolti che, seppur non destinati al riutilizzo, sono inviati a riciclo o a termovalorizzazione, evitandone l’invio in discarica. Per stimare tale impatto ci basiamo sui fattori di emissione pubblicati dal Dipartimento dell’ambiente, dell’alimentazione e degli affari rurali del governo del Regno Unito⁶.

Per quanto concerne il **risparmio di acqua** connesso al riutilizzo degli abiti, prendiamo come riferimento il dato del Water Footprint Network, secondo il quale l’impronta idrica di una maglietta di cotone di 250 grammi è pari a 2.495 litri di acqua⁷.

Sulla base delle fonti citate è possibile stimare che grazie ai **43.740.886 chili** di abiti raccolti in Italia, nel biennio 2021-2022 Humana ha contribuito ai seguenti impatti positivi:

oltre **383,5 mila tonnellate di CO2 equivalenti evitate**, pari all’azione di **4,1 milioni di alberi**⁸, di cui

→ **376,2 mila tonnellate di CO2** connesse alla quota di abiti destinati al riutilizzo⁹;

→ **5,8 mila tonnellate di CO2** connesse agli abiti inviati a riciclo;

→ **1,5 mila tonnellate di CO2** connesse alla termovalorizzazione degli abiti né riutilizzati, né riciclati;

oltre **282,6 miliardi di litri di acqua risparmiata** derivante dal riutilizzo degli abiti, pari al contenuto di 113.042 piscine olimpioniche.



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

Il **19%** dei fondi **utilizzati per i progetti di cooperazione internazionale** (si veda pag. 96) nel 2021 e il **77%** nel 2022 proveniva dalla valorizzazione dei vestiti usati (sia tramite i capi **spediti in Africa**, sia tramite la **vendita** al dettaglio e all’ingrosso dei vestiti **in Europa**). Il dato del 2021 risultava ancora influenzato dal contraccolpo economico che la pandemia ha causato all’attività di raccolta, e conseguentemente di donazione e vendita, degli abiti.

In **Italia**, grazie alle collaborazioni in essere con enti locali e gestori, possiamo contribuire a dare vita a iniziative con **ricadute positive sul territorio** (si veda pag. 149), realizzando azioni specifiche (di carattere sociale e ambientale) aggiuntive rispetto alla tradizionale attività di raccolta e recupero degli indumenti. Tali iniziative, che nel 2021 e 2022 si sono concretizzate con incontri di Educazione alla Cittadinanza Mondiale nelle scuole, sono possibili proprio grazie alla raccolta dei capi usati e vengono adattate per **target** e **tipologia di beneficiari**.



Contributo economico grazie al servizio di raccolta e avvio a recupero dei vestiti

Humana Italia offre **gratuitamente** il proprio servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti usati in collaborazione con comuni, consorzi e utilities. Le Pubbliche Amministrazioni, e quindi i cittadini, beneficiano di un **risparmio economico legato al mancato conferimento in discarica** dei capi raccolti. Il servizio di Humana, grazie alle convenzioni in essere ha fatto risparmiare alle pubbliche amministrazioni 8,7 milioni di euro solo nel biennio rendicontato¹⁰. Oltre ad aver generato risparmio, Humana negli ultimi due anni ha versato un contributo ai Comuni presso i quali gestisce il servizio di raccolta e avvio a recupero degli indumenti pari a 262.834,75 euro nel 2021 e 188.812,76 nel 2022, sostenendo fra l’altro iniziative con ricaduta locale positiva nei territori coinvolti.

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 6.554.410 euro nel 2021 e 7.656.435 euro nel 2022. L'incremento del costo è dovuto alla crescita del numero di risorse umane (+11,3%) nel 2022 rispetto all'anno precedente e all'inserimento di nuove figure con alto profilo professionale.

Grazie ai capi spediti come *tropical mix* alle consociate **in Angola, Malawi, Mozambico e Zambia**, Humana può inoltre generare **posti di lavoro** per la gestione in loco dei vestiti (si pensi agli impianti di smistamento, o ancora ai negozi e alle attività di piccoli commercianti del posto). Indirettamente, la gestione degli abiti raccolti in Italia contribuisce a creare posti di lavoro **anche in Europa**, in particolare presso i centri di smistamento e i negozi delle organizzazioni consorelle di Humana e di aziende esterne al circuito dell'organizzazione.

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

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

Offrono un riferimento come Linee guida in quest'ambito i Sustainable Development Goals dell'ONU, in particolare il 12 e il 13 riguardanti rispettivamente "Il consumo e produzione responsabili" e le "Azioni di lotta al cambiamento climatico".

I consumi di Humana

Dalle analisi ambientali svolte nel corso del tempo, emerge che i principali impatti negativi generati dall'attività di Humana sono quelli derivanti dalle **emissioni di CO2 dei mezzi usati per la raccolta abiti**, motivo per cui prestiamo la massima attenzione alla gestione e al monitoraggio di questi dati. I consumi di carburante, che si traducono in emissioni di CO2, sono registrati puntualmente e sono oggetto di analisi condotte con cadenza settimanale. Le emissioni di Humana Italia

ammontavano a 739.553 chili di CO2 nel 2021 e 717.318 nel 2022. Il primo dato è cresciuto del 4,9% rispetto ai 704.688¹¹ chili del 2020, mentre nel 2022 il decremento è stato del 3% proporzionalmente all'andamento della raccolta degli abiti (**GRI 305-5**).

Nella logica di un abbassamento dei valori delle emissioni, Humana rinnova annualmente la flotta dei propri automezzi, in particolar modo dei camion e furgoni impiegati per la raccolta degli indumenti, sostituendo quelli più vecchi con mezzi a minor impatto inquinante. Nel 2022 il ricambio ha subito un rallentamento a causa della difficoltà nel reperimento dei mezzi, la cui consegna avviene peraltro dopo diversi mesi. Inoltre, con i propri sistemi di **pianificazione della logistica** e attraverso percorsi di formazione e sensibilizzazione degli autisti per una guida più "green" Humana cerca di migliorare quotidianamente l'efficienza della flotta con percorsi di svuotamento dei contenitori più brevi e più efficaci. Humana mantiene comunque l'obiettivo di **diminuire ogni anno circa il 10% di emissioni** per raggiungerne il dimezzamento entro il 2030.

Oltre al consumo di carburante, l'impatto ambientale di Humana deriva dall'utilizzo di **plastica**. Per la movimentazione degli abiti nelle fasi di raccolta e smistamento, vengono infatti impiegati appositi sacchi o balloni in plastica: il consumo è stato di 60.800 chili nel 2021 e di 59.000 chili nel 2022 (**GRI 301-1**). I due dati sono proporzionali all'andamento della raccolta degli indumenti nei due anni e mantengono un'incidenza dello 0,002 chili di plastica per ogni chilo di abbigliamento raccolto. Da rilevare però l'introduzione nel 2022 di balloni composti al 25% da polipropilene riciclato post-consumo; in particolare nell'anno indicato il 9% dei prodotti acquistati aveva la composizione descritta (**GRI 301-2**).

Fedele ai propri impegni di tutela ambientale, Humana ha l'obiettivo per il 2023 d'incrementare il quantitativo di prodotto contenente materia riciclata che potrà arrivare al 30%.

¹¹ Il quantitativo qui inserito per il 2020 differisce da quello pubblicato nel Bilancio di Sostenibilità 2019-2020 (633.292 chili di CO2 emessa), che erroneamente non includeva le emissioni prodotte dai soggetti terzi a cui Humana affida una parte del servizio di raccolta abiti nei momenti di picco dell'attività.





4

Progetti sociali nel mondo e in Italia



Humana ha rafforzato l'attività sociale in Italia con il progetto Orto 3C

4.1 L'approccio di Humana

Da 25 anni Humana Italia lavora in sinergia con le organizzazioni membri della Federazione Internazionale Humana People to People, e con la Federazione stessa, per elaborare risposte realmente efficaci alle fragilità di comunità disagiate. L'organizzazione opera storicamente nell'ambito dello sviluppo e della **cooperazione internazionale** implementando i propri interventi nel mondo. Da alcuni anni, però, Humana ha rafforzato l'**attività sociale in Italia**, in particolar modo con l'introduzione, nel 2018, del progetto Orto 3C (Coltiviamo il Clima e la Comunità), volto alla creazione di Orti Comunitari (**GRI 2-6**). L'obiettivo di promuovere uno stile di vita sano e rispettoso dell'ambiente si è consolidato a tal punto da portare l'organizzazione a creare il reparto "Attivismo Climatico" (si veda pag. 128), avviato a fine 2022. La metodologia d'intervento di Humana in ambito sociale è caratterizzata da alcuni tratti distintivi:

→ **rilevazione dei bisogni**: tutto ha inizio dall'ascolto e dall'osservazione. La conoscenza del contesto geografico, sociale e culturale, l'esperienza più che quarantennale e il coinvolgimento di beneficiari, istituzioni e stakeholder interessati, porta alla formulazione di una risposta condivisa e calibrata sulle esigenze;

→ **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, in alcuni casi lunghissimo (citiamo ad esempio la scuola professionale di Nacala in Mozambico, attiva dal 1994), è l'arco temporale di attuazione dei progetti che possono anche divenire *operations*

permanenti (si pensi alle scuole professionali e magistrali). Ciò 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, ma soprattutto ai fondi derivanti dalla raccolta abiti realizzata da Humana nel mondo, è possibile 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 dai singoli project leader e i bilanci delle associazioni consorelle sono certificati da società di revisione. Humana Italia effettua monitoraggi annuali rendicontati su questo documento e sulla Relazione della Mission di Humana ONLUS (documento di rendicontazione obbligatoria per le onlus, disponibile nella sezione Trasparenza di www.humanaitalia.org).

4.2 COOPERAZIONE E SVILUPPO NEL MONDO (GRI 203-2)

Humana Italia interagisce con le organizzazioni consorelle attive nei paesi interessati dall'operato dell'intera Federazione Internazionale Humana People to People per l'ideazione e realizzazione di progetti e programmi di sviluppo. L'Ufficio di Cooperazione Internazionale opera in stretta collaborazione con PTEU, ovvero l'ufficio congiunto che Humana gestisce a livello europeo per le richieste di finanziamento a partner e istituzioni. Tale processo operativo, quando necessario, si completa con le cosiddette visite di missione, ovvero viaggi di conoscenza dei territori e delle comunità coinvolti e di verifica di quanto implementato.

Grazie alle evoluzioni positive della situazione sanitaria mondiale post Covid, nel 2022 gli operatori dell'ufficio Cooperazione Internazionale si sono recati in India, accompagnando la referente di un ente partner (si veda pag. 136) e in Mozambico. Qui sono stati visitati in particolar modo gli interventi realizzati nelle province di Maputo e Sofala. Il viaggio è stato anche occasione d'incontro con rappresentanti di realtà italiane attive nel settore della cooperazione allo sviluppo in Mozambico, con l'obiettivo di avviare nuove partnership tra loro, Humana Italia e ADPP Mozambico (organizzazione consorella locale).

***Nota:** segnaliamo che i contributi economici relativi ai settori "Istruzione e Formazione", "Aiuto all'Infanzia, Sviluppo Comunitario ed Empowerment Femminile" e "Agricoltura Sostenibile" riportati nelle prossime pagine risultano differenti da quelli inseriti nei medesimi settori nelle Relazioni della Mission di Humana onlus del 2021 e 2022. Tale variazione deriva da una diversa attribuzione dei progetti a questi settori nel presente documento, ritenuta più idonea, e comunque priva d'incidenza per gli importi complessivi. Evidenziamo inoltre che, nel 2021 l'erogazione finanziaria di Humana Italia a favore dei progetti sociali nel mondo è stata pari a 500.618,98 euro; l'importo include l'accantonamento di competenza economica relativo al 2020 pari a 85.207,96 euro e un anticipo della fee 2021 destinata alla Federazione inviato nel 2020. Il valore di competenza economica dell'anno 2021 riportato alla voce "Comunità e progetti sociali nel mondo" nella Tabella 2

La conduzione dei progetti è stata possibile anche grazie al sostegno economico inviato nel corso del 2021 e 2022 da Humana Italia alle organizzazioni consorelle di **Angola, Malawi, Mozambico, Zambia, Brasile e India**. L'importo complessivo del biennio è stato pari a **1.712.259,48 euro** (500.618,98 euro nel 2021 e 1.211.640,50 euro nel 2022)*. Di questi, **30.252,67 euro** (6.160,29 euro nel 2021 e 24.092,38 nel 2022) sono stati riconosciuti alla Federazione Internazionale Humana People to People per il coordinamento e la gestione delle attività condotte dalle associazioni membri, tra cui Humana People to People Italia (**GRI 203-1**).

La risalita degli importi di donazione dell'ultimo biennio (223.685 euro nel 2020) è stata possibile grazie alla ripresa post pandemica dell'attività di raccolta abiti e della conseguente valorizzazione economica in Europa e in Africa degli abiti raccolti. Questa fonte di finanziamento per i progetti è come sempre affiancata alla raccolta fondi da istituzioni, aziende e individui, rimasta attiva anche nel periodo del Covid-19.

I progetti sostenuti da Humana nel 2021 sono stati 19 e 20 nel 2022. Gli ambiti di intervento sono i seguenti:

di pag. 49, risulta invece pari a 565.768 euro in quanto inclusivo degli accantonamenti economici di 151.292,39 euro, che sono stati erogati finanziariamente ai progetti sociali nel 2022.

Nel 2022, l'erogazione finanziaria di Humana Italia a favore dei progetti è stata pari a 1.302.410,09 euro. L'importo è composto da 1.211.640,50 euro, inclusivi dell'accantonamento di competenza economica relativo al 2021 di 151.291,39 euro, utilizzati per i progetti descritti nelle seguenti pagine, e da 90.769,59 euro accantonati dalla Federazione Internazionale Humana People to People per il 2023. Il valore di competenza economica dell'anno 2022 riportato alla voce "Comunità e progetti sociali nel mondo" nella Tabella 2 di pag. 49, risulta invece pari a 1.162.632 euro che include, oltre alle donazioni destinate ai progetti delle organizzazioni consorelle di Humana, una piccola donazione riconosciuta a un ente terzo e l'importo del 5x1000 accantonato per il 2023.

Tabella 1 Contributi utilizzati per i progetti di sviluppo, per ambiti di intervento (€)

	2022	2021	2020	var. 2022-21	var. 2021-20
Istruzione e formazione	687.984,14	259.148,02	135.171,30	165,48%	91,72%
Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario, empowerment femminile	184.195,70	40.388,42	16.000,00	356,06%	152,43%
Prevenzione e tutela della salute	305.177,99	135.725,71	0,00	124,85%	
Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare	10.190,29	59.196,54	72.513,90	-82,79%	-18,37%
Totale per ambiti di intervento	1.187.548,12	494.458,69	223.685,20	140,17%	121,05%

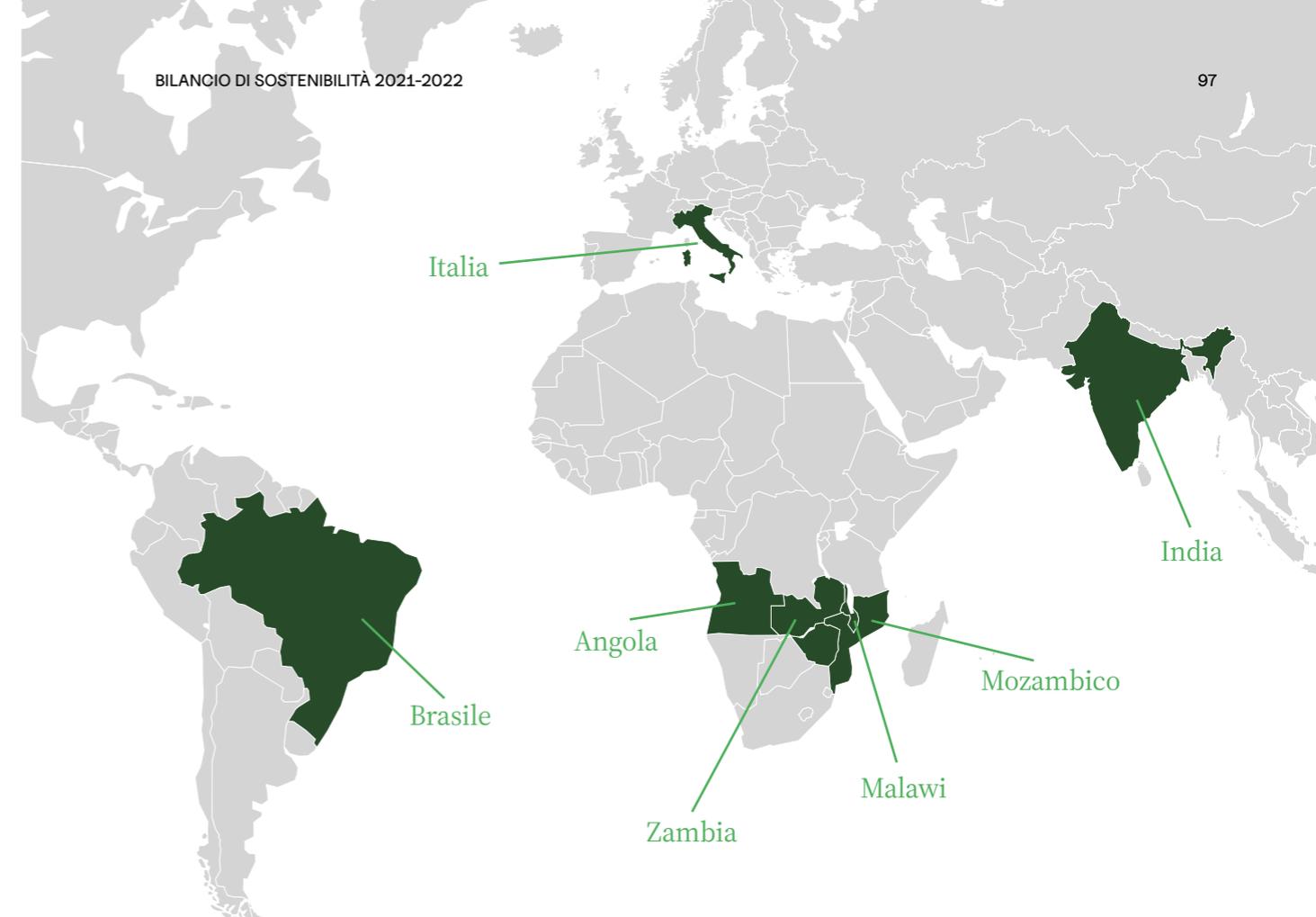


Figura 1 Dove sono i nostri progetti

I nostri ambiti

- 1 Istruzione e formazione
- 2 Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile
- 3 Prevenzione e tutela della salute
- 4 Agricoltura sostenibile





Istruzione e formazione

PAESI: **Brasile, India, Malawi, Mozambico, Zambia**
 CONTRIBUTO 2021: **259.148,02 euro**
 CONTRIBUTO 2022: **687.984,14 euro**

Humana considera l'**istruzione la leva fondamentale** per favorire la pace, la solidarietà, l'inclusione e uno sviluppo sostenibile. L'istruzione e la formazione offerta garantiscono le competenze di base ma anche la capacità di affrontare sfide personali e sociali. La crescita individuale, lo sviluppo comunitario, l'adattabilità ai cambiamenti economici, politici e ambientali sono al centro dell'educazione elaborata da Humana per bambini, ragazzi e adulti. I progetti educativi di Humana possono in realtà definirsi *operations*, ovvero interventi stabili, avviati, nella maggior parte dei casi, senza una data di termine. Questi includono pre-scuola, scuole primarie, professionali, magistrali e un istituto universitario. Interventi di durata definita vengono comunque implementati per favorire l'empowerment di soggetti in condizioni di marginalità con particolare attenzione alle donne e alle categorie più fragili.

Nel corso del **2022** Humana Italia ha sostenuto progetti di carattere educativo e formativo in **Mozambico, Malawi, India e Brasile**. Nel **2021** il sostegno è andato agli stessi paesi con l'aggiunta dello **Zambia**.

In **Mozambico**, grazie ai fondi del 5x1000 del 2020, inviati al progetto nel 2021, Humana Italia ha sostenuto il **Centro Formigas do Futuro a Chimoio nella provincia di Manica**. Qui ADPP Mozambico, organizzazione consorella, dal 1993 offre educazione primaria e supporto all'integrazione sociale a bambini vulnerabili e orfani. Gli studenti accolti vengono selezionati da ADPP in collaborazione con il Dipartimento per gli Affari Sociali della provincia.

La formazione offerta è allineata ai programmi ministeriali e si conclude con il settimo grado. Alle materie ufficiali, insegnate in portoghese (lingua ufficiale), ADPP aggiunge attività extracurricolari, quali sport, danza, musica e teatro, arte, cucito, piccola agricoltura e accudimento di animali. Questa integrazione aiuta gli studenti a individuare e coltivare i propri talenti e a imparare semplici professioni, utili soprattutto per gli orfani che terminata la scuola dovranno provvedere a sé stessi.

Scuole magistrali

Gli istituti dedicati alla formazione degli insegnanti per le scuole primarie di Humana adottano un approccio metodologico che 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, esperienze pratiche e di ricerca.

I futuri maestri vengono preparati a operare soprattutto in aree rurali e peri-urbane, dove dovranno garantire ai bambini un'istruzione di qualità e moderna nonostante gli scarsi mezzi a disposizione. L'insegnante avrà un ruolo educativo anche nei confronti delle comunità a cui appartengono le scuole in cui opereranno.

Il ciclo formativo può avere una durata di 2 o 3 anni e include un tirocinio pratico.

Nel **2022**, Humana Italia ha sostenuto in **Mozambico** le scuole magistrali di **Niassa** (sostenuta anche nel 2021) e **Maputo**.

La prima, fondata nel 1998 negli edifici di un ex campo militare donato dal governo provinciale mozambicano alla nostra consorella ADPP Mozambico, ha fatto diplomare dalla sua nascita 2.465 studenti. La seconda, istituita nella capitale mozambicana, dal 1993 ha fatto diplomare 2.076 ragazze e ragazzi. I programmi di studio hanno incluso anche corsi e attività extracurricolari incentrati sulla produzione di strumenti utili all'insegnamento e sui temi dei cambiamenti climatici, della deforestazione, dei matrimoni prematuri, del controllo delle nascite e della corruzione.

Gli studenti hanno inoltre gestito orti scolastici, apprendendo le tecniche della piccola coltivazione, riuscendo così a produrre ortaggi consumati all'interno degli istituti.

In **Malawi** il contributo di Humana Italia è andato alle scuole magistrali di **Chilangoma** (nel 2021 e 2022) e **Mzimba** (2022). Entrambi gli istituti, come tutti quelli gestiti dalle organizzazioni membri della Federazione Humana People to People, sono boarding school (collegi dotati di strutture residenziali).

A Chilangoma dal 2003, anno dell'avvio dei corsi, si sono diplomati 1.258 giovani. Nel 2022, i 170 studenti iscritti hanno seguito le lezioni previste dai programmi ministeriali, i corsi extracurricolari e svolto i tirocini nelle scuole primarie delle zone circostanti. La loro presenza in qualità di praticanti ha permesso ai docenti locali di conoscere i metodi d'insegnamento trasmessi da Humana. Tale collaborazione ha favorito una evidente riduzione

dell'abbandono scolastico da parte dei bambini (**GRI 203-2**).

I corsi extracurricolari del 2022 hanno trattato le seguenti tematiche: approfondimento della conduzione di attività sportive, gestione e amministrazione scolastica, sviluppo comunitario, alfabetizzazione per adulti e formazione sanitaria.

In **Zambia**, nel 2021, il supporto di Humana Italia è andato alla scuola magistrale di **Mkushi**. L'istituto garantisce un percorso formativo della durata di 3 anni allineato con i programmi ministeriali del Paese. A questi Humana aggiunge esperienza sul campo nelle scuole primarie delle aree rurali. Nonostante i limiti legati alla pandemia, gli studenti sono riusciti, attraverso l'ausilio della tecnologia e della didattica a distanza, a portare a termine il percorso formativo.

Humana in **India**, incentra la propria attività educativa principalmente sul miglioramento del livello d'istruzione delle scuole primarie e secondarie. Tale processo si concretizza attraverso un doppio intervento: da un lato, Humana si inserisce in scuole magistrali governative, in cui, previa approvazione del Ministero dell'Istruzione, forma i docenti all'applicazione della metodologia d'insegnamento **Necessary Teacher Training (NeTT)**, elaborata da Humana stessa; dall'altro offre alle scuole governative il programma **Kadam**. Questo permette agli studenti definiti *out-of-school children*, ovvero bambini e ragazzi tra i 6 e i 14 anni esclusi dal sistema di istruzione pubblica, di riprendere gli studi.

Nel primo caso gli operatori di Humana affiancano stabilmente gli insegnanti delle scuole interessate, istruendoli all'applicazione di **NeTT**. Questo metodo di formazione integra i programmi

ministeriali, ad esempio, con tirocini, approfondimenti di tematiche rilevanti a livello locale e globale ma soprattutto con moduli creativi dedicati ad esempio allo sport, all'elaborazione ed esposizione di progetti scientifici, alle decorazioni da realizzare nelle diverse festività o allo yoga.

Gli studenti diplomati, ovvero i nuovi maestri, si inseriscono nelle scuole primarie con un ricco bagaglio di metodi e strumenti innovativi e flessibili, utili a garantire un'istruzione moderna e di qualità e a facilitare l'apprendimento dei bambini.

Il programma **Kadam** promuove l'inclusione scolastica di studenti che non hanno mai iniziato gli studi o che li hanno abbandonati o seguiti con discontinuità, accumulando gravi lacune educative. La metodologia applicata pone attenzione alle esigenze individuali degli alunni. Grazie all'impiego di strumenti d'apprendimento accelerato e alternativo (pratico ed esperienziale), che tengono conto del livello educativo già acquisito, i bambini e i ragazzi riescono a recuperare le proprie carenze, riducendo tra l'altro la dipendenza dagli insegnanti. Kadam contribuisce così ad aumentare la frequenza scolastica da parte di bambini inclini all'abbandono degli studi.

Kadam è attuato in appositi centri gestiti da Humana oppure in sezioni dedicate all'interno di scuole statali. Gli insegnanti di Kadam sono spesso diplomati delle scuole magistrali in cui è stata applicata la metodologia NeTT.

Tra i 2021 e il 2022 Humana Italia ha implementato i due interventi grazie al contributo dell'**Otto per Mille della Chiesa Valdese** e di **Fondazione San Zeno** in tre stati indiani.

Humana considera l'istruzione la leva fondamentale per favorire la pace, la solidarietà, l'inclusione e uno sviluppo sostenibile.

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Scuola primaria **Formigas do Futuro**
→ **387 studenti** iscritti nella scuola.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Il contributo di Humana Italia, pari al 10% dei costi sostenuti, ha permesso a **39 bambini e ragazzi** di frequentare la scuola.

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Scuole magistrali in Mozambico

→ Niassa: **49 studenti diplomati**; **101 studenti** (50% donne) **neoiscritti** ai corsi. **7.000 chili di verdure** prodotti dagli studenti nell'orto scolastico e consumati internamente; **1.000 pini** e **240 specie arboree autoctone piantumati** per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici.

Il contributo di Humana Italia, pari al 5,46% dei costi sostenuti, ha permesso a **3 studenti di diplomarsi**, a **5 d'isciversi**, la produzione di oltre **382 chili di ortaggi** e la **piantumazione di 68 alberi**.



Scuole magistrali in Malawi

→ Chilangoma: **189 studenti iscritti**; **94 studenti** hanno **terminato il secondo anno**. **6.000 bambini raggiunti** nelle scuole primarie del circondario dagli studenti magistrali in tirocinio.

Il contributo di Humana Italia, pari al 1,13% dei costi sostenuti, ha permesso a **2 studenti di iscriversi**, a **1 di terminare la seconda annualità** e a **68 bambini di ricevere istruzione** di qualità dai tirocinanti.



Scuole magistrali in Zambia

→ Mkushi: **54 nuovi iscritti** ai corsi; **38 studenti hanno terminato il secondo anno** di formazione e **47 il terzo**. Infine **103 studenti** che hanno sostenuto gli **esami finali** nel 2020 si sono diplomati nel 2021.

Il contributo di Humana Italia, pari al 3,57% dei costi sostenuti, ha permesso **2 nuove iscrizioni**, la **conclusione** del secondo anno **a 1 studente e del terzo a 2**; infine ha permesso a **4 studenti di diplomarsi**.



Programmi NeTT e Kadam in India

→ Distretto di Ranchi, Stato di Jharkhand: **106 studentesse diplomate**; **10 scuole governative beneficiarie** del programma Kadam; **1.019 bambini e ragazzi** inclusi nella formazione Kadam; **37 docenti** di ruolo formati per il miglioramento dei metodi d'insegnamento.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al sostegno dell'**Otto per Mille della Chiesa Valdese**, con pari effetto sui beneficiari.



Programma Kadam

→ Distretto di Nuh (ex Mewat), stato di Haryana da agosto a dicembre: **150 studenti partecipanti** (il 53% ragazze) a lezioni in presenza, di questi **138 hanno terminato il primo anno** di formazione e si sono iscritti alla seconda annualità. Da gennaio le lezioni sono proseguite online sulla piattaforma DMM (Determination of Modern Methods), elaborata da Humana e **68 nuovi studenti** si sono iscritti al programma.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al sostegno di **Fondazione San Zeno**, con pari effetto sui beneficiari.

Principali risultati 2022 (GRI 203-2)



Scuole magistrali in Mozambico

→ Niassa: **54 studenti diplomati**.
→ Maputo: **58 studenti diplomati**.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia ha contribuito al 9,4% dei costi sostenuti dall'istituto, permettendo a **5 studenti di diplomarsi**. Il sostegno alla scuola di Maputo è stato pari al 2,51% dei costi, utile a **1 studente per diplomarsi**.



Scuole magistrali in Malawi

→ Chilangoma: i **170 studenti iscritti** hanno raggiunto **8.621 bambini** durante i periodi di tirocinio svolti presso le scuole primarie vicine.
→ Mzimba: **109 studenti diplomati** e **9.700 bambini raggiunti** dai tirocinanti.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 38,84% dei costi sostenuti dalla scuola Chilangoma, consentendo a **66 studenti in fase di tirocinio** di raggiungere **3.348 bambini di scuole primarie** e al 3,46% dei costi dell'istituto di Nzimba, garantendo a **4 studenti di diplomarsi** e a **336 bambini di ricevere gli insegnamenti** degli studenti tirocinanti.



Programmi NeTT e Kadam in India

→ Distretto di Ranchi, stato di Jharkhand, da ottobre a dicembre: **35 studenti iscritti** alla formazione magistrale; **1.172 studenti** tra i 6 e i 14 anni inseriti **nel programma Kadam**; **37 insegnanti** in servizio formati sui metodi NeTT.
→ Distretto di Nuh (ex Mewat), stato di Haryana, **138 studenti magistrali iscritti**; **7.412 bambini non scolarizzati iscritti** ai 320 centri Kadam nel periodo di gennaio-giugno.
→ 12 distretti, stato di Bihar, da maggio a dicembre: **786 docenti** formati ai metodi NeTT e **2.100 studenti iscritti** in scuole magistrali aderenti al programma NeTT; **6.572 studenti** di scuola primaria e **11.862** di scuola secondaria **inseriti nel programma Kadam**.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al sostegno dell'**Otto per Mille della Chiesa Valdese**, con pari effetto sui beneficiari.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al contributo di **Fondazione San Zeno**, con pari effetto sui beneficiari sia nello stato di Haryana sia in quello di Bihar.



Scuole professionali

La formazione tecnica e professionale, rivolta ai giovani di età compresa tra i 15 e i 25 anni, è storicamente improntata all'acquisizione di **conoscenze e competenze professionali utili all'inserimento lavorativo e all'autonomia economica**. Humana però non trascura l'evoluzione continua degli scenari entro i quali opera. Conflitti, crisi climatiche, corruzione e diseguaglianze rientrano tra le criticità che fronteggia anche attraverso il costante aggiornamento della proposta formativa tecnico-professionale. Questa, in alcuni contesti specifici, fa leva sull'empowerment di soggetti in condizioni di marginalità, in particolare donne e persone appartenenti alle categorie più fragili.

Nel biennio 2021-2022, Humana Italia in **Mozambico** ha confermato il proprio sostegno più che decennale alla Scuola Professionale (Istituto Politecnico) di **Nacala**. Agricoltura e allevamento, edilizia, turismo e accoglienza alberghiera sono gli indirizzi di studio triennale attivi nell'istituto. A questi si aggiungono corsi trimestrali di specializzazione come ad esempio quelli per diventare elettricista, idraulico o cuoco, per adulti e giovani.

Dalla sua nascita nel 1994, l'Istituto ha riconosciuto il diploma a 1.423 studenti (842 ragazzi e 581 ragazze) permettendo loro di ottenere lavoro grazie alla solida formazione costantemente migliorata negli anni. L'istituto di Nacala collabora con partner locali e internazionali, oltre che con il Ministero della Scienza e della Tecnologia mozambicano. Gli studenti trovano incluse nel percorso formativo attività di coinvolgimento delle comunità vicine, con le quali organizzano eventi culturali, sportivi o iniziative di formazione, favorendo la creazione di legami sociali all'interno della comunità.

In **Malawi**, nel **2021** e **2022**, Humana Italia ha sostenuto la Scuola Professionale di **Mikolongwe** che dal 1997 ha diplomato più di 13.000 studenti. La formazione professionale offerta può avere una durata variabile da 1 a 3 anni. Il diploma può essere conseguito per gli indirizzi di agricoltura, falegnameria, sartoria, contabilità, design, moda, edilizia, management ed estetica.

La scuola offre inoltre corsi brevi della durata di 6 mesi rivolti a ragazze e ragazzi che necessitano di concludere in poco tempo un corso di studio per apprendere un lavoro o poter avviare piccole attività generatrici di reddito (agricoltura, idraulica, sartoria, saldatura, cosmetologia e calzoleria).

Circa il 70% degli studenti diplomati ha avviato piccoli business (**GRI 203-2**).

DAPP Malawi (organizzazione consorella locale di Humana), riesce ad ottenere risultati particolarmente significativi grazie alla partnership con il Ministero della Gioventù del Malawi, al coinvolgimento e all'interazione costante con una fitta rete di stakeholder, quali istituzioni come TEVETA (Technical Education, Vocational and Entrepreneurship Training Authority) e Ministero della Gioventù, l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e aziende del territorio pronte ad accogliere gli studenti per un periodo di tirocinio o per l'inserimento lavorativo.

Anche in **Brasile** Humana Italia, in collaborazione con Humana Brasile, ha contribuito all'offerta formativa tecnico-professionale.

Nel **2021**, si è concluso il progetto **Sementes do Futuro. Formazione e inclusione per giovani e donne della periferia della città di Salvador** finanziato dal **Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo**.

L'intervento è stato ideato con l'obiettivo di migliorare l'inclusione sociale e la sicurezza socio-economica di 120 donne e giovani vulnerabili del quartiere periferico di Castelo Branco, uno dei più poveri della città. I beneficiari hanno frequentato corsi di cucito, inglese, informatica e attività destinate al potenziamento delle life skills (conoscenza dei propri diritti, autostima, violenza di genere, ecc.), acquisendo competenze per entrare nel mercato del lavoro. Sementes do Futuro ha avuto un impatto positivo anche sulla comunità del quartiere, che ha partecipato con entusiasmo alle iniziative d'informazione, di festa e di condivisione.

Alla luce dei risultati registrati con Sementes do Futuro, nel 2022 Humana ha implementato il progetto **Um futuro aberto para as mulheres e os jovens. Percorsi di formazione nella periferia di Salvador**, grazie a un nuovo contributo riconosciuto da **Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo**. Anche in questo caso l'intervento era incentrato sulla formazione professionale e sulla crescita socio-economica individuale e comunitaria. Il quartiere di Castelo Branco è stato nuovamente coinvolto, insieme al quartiere di Portão. Si veda la descrizione del progetto a pag. 106.

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Scuole professionali Mozambico

→ Nacala: delle 25 **borse di studio** previste nel 2020, ne sono state **assegnate 14** per ottemperare alle direttive inerenti il Covid19 (le distanze previste impedivano l'iscrizione di **25 studenti**). La restante quota del contributo di Humana Italia è stata impiegata per le spese di gestione dell'istituto. Il contributo del 2021 ha permesso ai **14 ragazzi e ragazze** di proseguire la formazione.



Scuole professionali Malawi

→ Mikolongwe: **261** iscritti ai corsi triennali e 114 ai corsi brevi; **10.000 alberi piantumati** dagli studenti per contrastare i crescenti mutamenti climatici.



Sementes do Futuro in Brasile

→ Distretto di Castel Branco, città di Salvador: **160 donne e giovani hanno completato** con successo i **percorsi di formazione** (+33% rispetto al target iniziale).

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia nel 2021 ha contribuito al 0,4% dei costi sostenuti dalla scuola, grazie ai fondi ottenuti con il sostegno a distanza, permettendo la fornitura di materiale scolastico ai **14 studenti iscritti**.

Humana Italia nel 2021 ha contribuito al 15,62% dei costi sostenuti, permettendo a **41 studenti** di iscriversi ai **corsi triennali** e a **18** di partecipare ai **corsi brevi**. **1.562 alberi** sono stati **piantumati** grazie a Humana Italia.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al sostegno di **Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo**, con pari effetto sui beneficiari.

Principali risultati 2022 (GRI 203-2)



Scuole professionali Mozambico

→ Nacala: **52 iscritti**; **25 diplomati**, 7 dell'indirizzo turistico-alberghiero e 18 dell'indirizzo agricoltura e allevamento.



Scuole professionali Malawi

→ Mikolongwe: **315 iscritti ai corsi formali** e **145 ai corsi brevi**.



Um futuro aberto para as mulheres e os jovens in Brasile

→ Quartieri di Castelo Branco e Portão: **501 donne e giovani formati** in corsi professionali e attività di crescita personale (+11,33% rispetto all'obiettivo iniziale).

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 15,23%, anche grazie al sostegno a distanza e alla partnership con Alisco (si veda pag. 137), permettendo a **8 studenti d'isciversi** e a **4 di diplomarsi**.

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 20,44% dei costi sostenuti, permettendo a **64 studenti** di iscriversi ai **corsi triennali** e a **30** di frequentare i **corsi semestrali**.

Il contributo di Humana Italia è stato pari al 100% dei costi sostenuti, grazie al sostegno di **Fondo di Beneficenza di Intesa Sanpaolo**, con pari effetto sui beneficiari.

Humana favorisce l'inserimento lavorativo offrendo conoscenze e competenze.

Um Futuro Aberto para as mulheres e os jovens

PERCORSO DI FORMAZIONE NELLA PERIFERIA DI SALVADOR

Dove

Humana Italia e Humana Brasile, con il supporto del **Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo**, hanno elaborato un intervento volto a migliorare l'inclusione sociale ed economica di donne e giovani in condizioni di vulnerabilità residenti nei quartieri di Castelo Branco e Portão, nella periferia di Salvador, la capitale dello Stato di Bahia in Brasile. La scelta dei due quartieri è scaturita nel periodo post pandemico, quando il tasso di disoccupazione a Salvador ha raggiunto il 18%, quasi il doppio della media nazionale, con picchi ancor più drammatici a Castelo Branco e Portão. Qui sono altamente ricercati corsi di formazione professionale qualificante da parte delle categorie più povere della popolazione locale. Escluse dalle opportunità di lavoro dignitose a causa della mancanza di competenze professionali adeguate e di un basso livello di istruzione, sono scarsamente supportate dalle istituzioni locali.

Quando

Il progetto, iniziato a marzo 2022, ha avuto durata annuale ed è stato monitorato e valutato in collaborazione con l'**Alta Scuola Impresa e Società (ALTIS) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore** di Milano, che offre supporto scientifico e metodologico alla valutazione del raggiungimento degli obiettivi delle singole attività e del progetto nel suo complesso.

Obiettivi

Humana Italia e Humana Brasile hanno quindi attivato corsi professionali per attività di servizio quali estetica, sartoria, parruccheria da uomo e da donna, informatica e lingue. Le donne e i giovani iscritti hanno ricevuto lezioni teoriche e pratiche ma anche un supporto personalizzato attraverso due sportelli di orientamento professionale al lavoro, uno per ciascun quartiere, ideati per



facilitare l'inserimento nel mercato del lavoro e il raggiungimento dell'indipendenza economica.

Il conseguimento di un titolo di studio utile all'inserimento lavorativo e all'avvio di attività autonome non risultava però sufficiente a garantire stabilità economica e familiare. Il progetto ha quindi previsto per i partecipanti ai corsi professionali, l'erogazione di lezioni per lo sviluppo di life skills, ovvero competenze trasversali e di pianificazione familiare. In considerazione della bassa scolarizzazione dei beneficiari e delle esperienze vissute, spesso poco costruttive se non addirittura deviate, era necessario dar loro strumenti per affrontare i problemi, le pressioni e gli stress della vita quotidiana oltre che per costruire relazioni positive e di supporto.

La proposta di Humana è stata accolta nei due quartieri con entusiasmo. I partecipanti sono stati 501, di cui 409 donne e 92 uomini. Il corso di cucito e sartoria insieme a quello di barbiere e parrucchiera sono risultati i più frequentati. Nello specifico, 230 donne hanno frequentato il primo e 112 persone, 80 donne e 32 uomini, il secondo. Il corso di informatica ha invece visto la partecipazione di 105 persone mentre quelli di inglese e spagnolo di 54. Gli sportelli di orientamento hanno offerto il servizio di ricerca di un impiego a 80 persone. Infine, 200 delle 409 beneficiarie hanno seguito i corsi di life skills.

La facilitazione all'inserimento lavorativo attraverso corsi di formazione professionale qualificante e l'acquisizione di competenze trasversali ha favorito il rafforzamento di categorie svantaggiate e della loro indipendenza economica, ha accresciuto la consapevolezza sui propri diritti e incoraggiato la nascita di reti e legami sociali a livello comunitario. Tali risultati sono per altro in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) 1 e 10 dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, i quali mirano rispettivamente a mettere fine alla povertà in tutte le sue forme e a promuovere l'accesso a opportunità di lavoro adeguate per tutti.





OBIETTIVI
DI SVILUPPO
SOSTENIBILE

Prevenzione e tutela della salute

PAESI: **Angola, India, Mozambico**
CONTRIBUTO 2021: **135.725,71 euro**
CONTRIBUTO 2022: **305.177,99 euro**

I principali progetti sostenuti da Humana Italia in ambito sanitario riguardano la prevenzione e il contrasto alla diffusione dell'HIV/AIDS, della malaria e della tubercolosi.

Programmi specifici, quali il **TCE** (Total Control of Epidemic) per HIV/AIDS e l'**Accelerazione e il Rafforzamento della qualità del controllo della Malaria e della Tubercolosi**, pongono al centro dell'azione i singoli individui senza però trascurare le comunità cui appartengono. Elementi cruciali per la prevenzione e il contenimento della diffusione sono **la diagnosi tempestiva, l'accesso rapido alle cure e il lavoro culturale** contro lo stigma e la discriminazione.

Humana Italia nel 2021 ha supportato la **prevenzione di HIV/AIDS e Tubercolosi** in **India** e della **malaria** in **Mozambico**. Nel 2022 i programmi sono stati condotti in **Angola** e di nuovo in **Mozambico**.

L'intervento nel **Paese asiatico** è stato attuato in 5 aree negli stati di Delhi, Uttar Pradesh e Telangana. L'obiettivo primario prevedeva di raggiungere i gruppi di persone più vulnerabili ed esposte a un alto rischio di contagio, sia in zone rurali sia urbane. Lo strumento applicato nella prima fase è stato quello informativo, per far conoscere i virus e le malattie, le vie di diffusione e i metodi di prevenzione. Successivamente si è passati alla somministrazione dei test e all'eventuale indirizzamento dei malati ai centri sanitari. Una volta assegnata la cura da parte dei medici, i volontari di Humana si sono assicurati che le persone assumessero correttamente i farmaci e seguissero le prescrizioni ricevute.

In **Mozambico** il sostegno di Humana Italia è andato al progetto di **Controllo Totale della Tubercolosi** nel distretto di Matola (provincia di Maputo) nel sud del Paese. Anche qui per il contenimento del propagarsi della malattia è risultata cruciale la diagnosi preventiva. Questa è stata condotta dagli operatori di ADPP Mozambico che, recandosi porta a porta nell'intero territorio coinvolto dal progetto, hanno effettuato uno screening verbale, seguito, laddove necessario, dalla

raccolta di campioni salivari. Questi, inviati ai laboratori di analisi, hanno permesso di sottoporre rapidamente alle cure necessarie le persone risultate positive. Gli incontri domiciliari rappresentano quindi la possibilità di ricevere diagnosi e trattamento per persone che altrimenti non avrebbero modo di verificare il proprio stato di salute a causa delle condizioni economiche, sociali e logistiche che le escludono dai servizi essenziali.

Il progetto sostenuto da Humana Italia in **Angola** è stato attuato nelle provincie di Benguela e Cuanza Sul. L'idea progettuale ha previsto quattro ambiti d'azione: riduzione della diffusione dell'HIV in particolar modo tra le adolescenti e le giovani donne; prevenzione della trasmissione madre-bambino; adesione ai trattamenti terapeutici e partecipazione ai gruppi di auto-aiuto per chi fosse risultato sieropositivo; diagnosi della tubercolosi e inserimento in piani terapeutici per gli ammalati (si veda scheda di approfondimento di pag. 112).

Il **Programma di contrasto alla Malaria** è stato sostenuto da Humana Italia in **Mozambico** sia nel 2021 sia nel 2022 in 7 distretti della provincia di Niassa e 13 nella provincia di Nampula. Il Paese africano registra un tasso d'incidenza della malaria tra i più alti del mondo: nel 2019 si sono verificati 229 milioni di casi in 87 Paesi; di questi, il 4% si è sviluppato in Mozambico. Il progetto, sostenuto da Humana Italia e implementato da ADPP Mozambico in partnership con l'organizzazione umanitaria World Vision, mira ad aumentare l'accesso ai servizi di prevenzione contro la malaria, con gli obiettivi di raggiungere il 100% della popolazione con almeno un metodo di prevenzione; incoraggiare il 60% ad adottare migliori pratiche antimalariche e promuovere comportamenti che favoriscano l'accesso precoce ai servizi clinici di cura. Gli interventi sono stati incentrati sull'informazione destinata a bambini e insegnanti e sulle visite informative a domicilio. Le attività di formazione mirano a migliorare le conoscenze di insegnanti e volontari affinché siano in grado d'individuare i segni della malaria all'interno delle proprie comunità e sensibilizzare la collettività su metodi e strategie di prevenzione in grado di influenzare cambiamenti comportamentali.

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Prevenzione HIV/AIDS e Tubercolosi in India

→ **141.692 persone raggiunte**, di queste **22.273** hanno partecipato a **counseling** individuali e di gruppo sulle malattie sessualmente trasmissibili mentre **16.478** sono state sottoposte al **test** HIV per la diagnosi precoce della malattia.



Prevenzione Malaria in Mozambico

→ **1.487 volontari** e **713 insegnanti formati** che hanno potuto informare sulla malattia **226.653 persone**.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia nel 2021 ha contribuito al 5,5% dei costi sostenuti, permettendo a circa **7.800 persone** di essere informate su virus e malattie, di queste **1.225** hanno partecipato ai **counseling**, e a **906** di sottoporsi al **test** HIV.

Humana Italia nel 2021 ha contribuito al 8,5% dei costi sostenuti, permettendo a **126 volontari** e a **61 insegnanti** di essere formati sull'attività di sensibilizzazione poi offerta a **19.266 persone**.

Principali risultati 2022 (GRI 203-2)



Prevenzione HIV/AIDS e Tubercolosi

→ Mozambico: **9.319 test** salivari eseguiti da cui sono emersi 1.807 casi di positività alla tubercolosi.
→ Angola: **24.424 giovani donne inserite in gruppi** di auto-aiuto; assistenza sanitaria specifica offerta a **314 gestanti sieropositive**.



Prevenzione Malaria

→ Mozambico: **456.938 persone informate** dai volontari e **232.476** da **781 insegnanti**.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 19,74% dei costi sostenuti, permettendo a **1.840 persone di ricevere i test**. Di queste **357**, risultate positive, sono state sottoposte a **cure mediche**.

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 11,77% dei costi sostenuti dal progetto angolano, permettendo a **2.875 ragazze** di essere inserite nei gruppi di sostegno e a **37 gestanti** sieropositive di ricevere cure e assistenza.

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 1,25% dei costi sostenuti dal progetto di prevenzione della malaria: **5.712 persone** sono state **raggiunte** dai volontari e **2.906 persone informate** da **10 insegnanti**.

Diagnosi tempestive, accesso alle cure e lavoro culturale limitano stigma e discriminazioni.



Prevenire.

Prevenzione HIV/AIDS e tubercolosi

Dove

Il progetto è implementato da ADPP Angola (membro della Federazione Humana People to People) nelle province costiere di Benguela e Cuanza Sul. Le 10 municipalità individuate inizialmente per l'attuazione dell'intervento sono divenute 22 grazie all'incremento dei fondi disponibili.

Quando

Il progetto ha avuto inizio a luglio 2021 e terminerà a luglio 2024. DAPP Angola è una delle organizzazioni destinatarie dei fondi erogati da UNDP (l'agenzia delle Nazioni Unite per i Programmi di Sviluppo) per la lotta contro HIV/AIDS e Tubercolosi. L'organizzazione consorella di Humana è stata scelta grazie ai risultati ottenuti con un precedente progetto di prevenzione, anch'esso finanziato da UNDP e da Global Funds (l'ente nato nel 2002 per combattere HIV, tubercolosi e malaria). Con il proprio programma **TCE** (Total Control of the Epidemic), Humana dal 2002 contribuisce a perseguire l'obiettivo **3.3 di UNDP** (Porre fine, entro il 2030, alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate) e l'**obiettivo 1 di Global Funds** (Massimizzare l'impatto contro HIV, TB e malaria).

Obiettivi

Gli obiettivi specifici del progetto condotto da DAPP sono strettamente connessi ai target di riferimento. Per ottenere risultati significativi, è necessario rivolgere particolare attenzione a ragazze e giovani donne. In Angola lo 0,7% delle bambine e ragazze sotto i 15 anni è sieropositivo, contro lo 0,3% dei maschi (l'incidenza del virus dell'HIV sui 30 milioni di angolani è del 1,5%).

Questa fascia della popolazione risulta particolarmente vulnerabile poiché scarsamente informata sulle modalità di trasmissione e ancora indotta a matrimoni prematuri e spesso vittima di violenze domestiche e non.

Solo nel 2022, DAPP ha coinvolto 24.400 ragazze e giovani donne in gruppi gestiti



zione

da operatori che attraverso colloqui individuali e di gruppo, rappresentazioni teatrali, giochi e discussioni hanno trasmesso informazioni sul virus, sull'AIDS, sui test, sui comportamenti corretti da adottare e sui trattamenti medici. Ancor più rilevante è risultato il lavoro di supporto psicologico e culturale. Le ragazze e donne coinvolte hanno infatti acquisito maggiore consapevolezza relativamente alla propria dignità e al diritto alla salute e alla tutela della propria sicurezza, comprendendo l'importanza del mutuo aiuto e iniziando così a poter camminare a testa alta, come testimoniato da alcune di loro, senza dover subire lo stigma spesso riservato alle persone sieropositive.

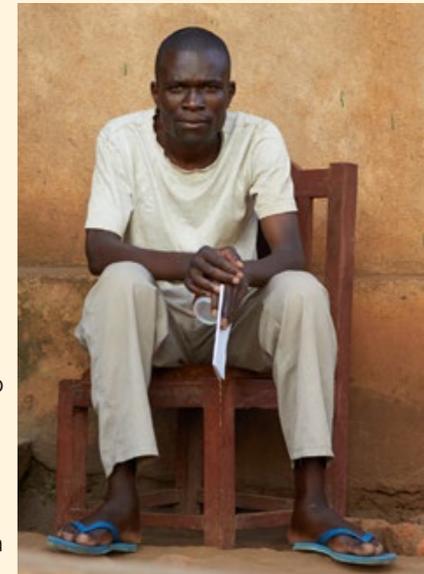
Il secondo target incluso nel progetto è quello delle gestanti positive all'HIV. Sono risultate sieropositive 314 donne a cui è stato assegnato il trattamento per la prevenzione della trasmissione del virus da mamma a bambino.

Sono state inoltre raggiunte 2.618 persone omosessuali e 9.613 prostitute. Anche per loro le fasi d'inserimento nel percorso di affiancamento sono state lo screening e il test iniziale per rilevare le eventuali positività, seguiti dall'inserimento nei gruppi di sostegno e dall'assunzione di comportamenti di autotutela e di rispetto dei partner.

Per tutte le categorie menzionate è stata prevista la rilevazione di eventuali sintomi della tubercolosi. Nel 2022, 14.832 persone sono state indirizzate ai centri sanitari per essere sottoposte ai test. Di queste 4.023, risultate positive alla malattia, sono state inserite in un programma di affiancamento da parte degli operatori di DAPP incaricati di verificare la corretta assunzione dei farmaci.

Tutti gli interventi sono stati condotti in sinergia con le comunità di riferimento, le autorità locali e i servizi sanitari angolani ancora distanti da una capacità organizzativa, logistica e medica adeguata alla rilevazione dei casi di positività e al conseguente avvio ai trattamenti terapeutici. La mancanza d'informazione, la distanza operativa delle istituzioni, le credenze e superstizioni nonché la povertà rappresentano ancora un grave ostacolo per la garanzia del diritto alla salute.

La collaborazione tra le organizzazioni locali e internazionali sta però contribuendo a ridurre l'effetto di malattie ad alto impatto sociale ed economico.







Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile

PAESI: **Angola, India, Malawi, Mozambico, Zambia**
 CONTRIBUTO 2021: **40.388,42 euro**
 CONTRIBUTO 2022: **184.195,70 euro**

Da sempre Humana gestisce **Programmi integrati di sviluppo comunitario e aiuto all'infanzia**, a cui si sono aggiunte negli ultimi anni azioni specifiche di empowerment femminile, con particolare attenzione al rafforzamento della salute, allo sviluppo economico e produttivo delle comunità e ai temi dell'educazione e della sensibilizzazione. Si tratta di progetti con un ampio raggio di azione e mirati al miglioramento delle **condizioni di vita delle comunità**, soprattutto quelle rurali e più isolate. In generale, il Programma si basa sull'esistenza di **Gruppi di Azione di villaggio**, costituiti da 15-20 famiglie ciascuno, che si attivano con iniziative di sensibilizzazione in ambito ambientale o di tutela della salute, percorsi di rafforzamento economico e progetti di micro-credito.

In quest'ambito, Humana Italia ha sostenuto anche nel 2021 e 2022 **La Città dei Bambini di Costa do Sol**, vicino a Maputo in Mozambico e di **Malambanyama in Zambia**.

Le due **Città dei Bambini** sono centri di accoglienza e formazione primaria per bambini orfani, che qui risiedono, e per i bambini dei villaggi circostanti che frequentano le lezioni per poi tornare in famiglia.

I bambini senza una madre e un padre hanno spesso alle spalle storie di abusi, vita da strada e condotte illegali. Alcuni di loro, dopo aver perso i genitori, hanno vissuto con i nonni anziani in condizioni di estrema povertà e sono stati conseguentemente esclusi dai normali percorsi di crescita e istruzione. Entrambi i centri assicurano vitto e alloggio a bambini residenti. A loro e ai bambini dei villaggi vicini è offerta l'educazione primaria e una formazione professionale che possa aiutare gli studenti nella loro futura integrazione sociale. Alle lezioni curriculari si aggiungono attività attraverso le quali gli studenti hanno l'opportunità di scoprire e coltivare i propri talenti. Questi centri coinvolgono i ragazzi in programmi culturali e sportivi, nella

produzione agricola e nella cura degli animali; attività che permettono di ottenere senso di responsabilità. I ragazzi più grandi hanno la possibilità di seguire laboratori di falegnameria, piccola carpenteria e sartoria, oppure praticano attività sportive e ricreative (poesia, danze tradizionali, musica, ecc.), che li aiutano a riacquisire una socialità positiva. La maggior parte degli studenti che ha frequentato i due Centri e che, in alcuni casi, qui ha vissuto, è impiegata in istituzioni e aziende, private e pubbliche, nazionali e internazionali (**GRI 203-2**).

Alle due Città dei Bambini sono stati destinati i fondi derivanti dalla sottoscrizione del Programma di Sostegno a Distanza di Humana Italia.

Nel 2022, Humana Italia ha supportato il programma di **Sviluppo Integrato della Comunità** realizzato in **Angola**, nelle comunità di Bibala (provincia di Namibe) e Gambos (provincia di Huila).

L'idea progettuale è indirizzata in modo specifico ad aree colpite da siccità e povertà con le quali Humana sviluppa interventi relativi all'approvvigionamento idrico ed elettrico, alla tutela sanitaria e allo sviluppo di un'agricoltura resiliente e sostenibile. Il raggiungimento di tali obiettivi è reso possibile anche grazie all'installazione di pannelli solari che forniscono energia per l'attivazione delle pompe dei pozzi e l'elettrificazione delle scuole, e alla creazione di centri e programmi sanitari per le comunità e e per le scuole. Si aggiungono inoltre la formazione agraria studiata per le colture e le pratiche di coltivazioni adatte ai luoghi a scarsità idrica e quella formulata per offrire competenze che aiutino le persone a intraprendere attività generatrici di reddito diverse dall'agricoltura.

Humana Italia, nel 2022, è intervenuta per la prima volta con il progetto **Tejaswini**, attivo in 11 distretti dello stato di Jharkhand in **India** e totalmente improntato all'empowerment femminile. Esso è infatti rivolto alle adolescenti e alle giovani donne con un'età compresa tra i 14-24 anni. Il programma, voluto dal Governo dello stato di Jharkhand, ha richiesto il coinvolgimento di 9 organizzazioni, tra cui Humana India. Le 368.339 beneficiarie, ragazze e donne vulnerabili, provenienti da contesti poveri e spesso degradati, vittime di abusi ed escluse da istruzione e assistenza sanitaria, sono state suddivise nei 'Tejaswini Clubs' (Tejaswini significa radioso, brillante). Si tratta di gruppi, coordinati dagli operatori di Humana India, con appuntamenti regolari e frequenti nell'ambito dei quali le partecipanti ricevono informazioni sull'igiene personale e sulla prevenzione delle principali malattie, oltre che sulle diseguaglianze di genere, sul

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Children's Town

- Mozambico (Costa do Sol): **44 orfani residenti** e iscritti alla scuola primaria insieme a **456 bambini e ragazzi** provenienti dai villaggi circostanti.
- Zambia (Malambanyama): **87 orfani residenti** e iscritti alla scuola primaria insieme a **499 bambini e ragazzi** provenienti dai villaggi circostanti.



SCA – Screening, Cura e Alimentazione in Malawi

- **3.338 bambini** sotto i 2 anni sottoposti a screening, suddivisi in **98 gruppi** di cura composti da **3.920 madri** (oltre il 76% delle donne del distretto).

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia ha contribuito al 1% dei costi sostenuti dal Children's Town di Costa do Sol, contribuendo all'**acquisto degli armadi** per le stanze dei bambini residenti.
 Humana Italia ha contribuito al 1,95% dei costi sostenuti del Children's Town di Malambanyama, permettendo a **2 bambini** di frequentare la scuola e vivere nel Centro e a **10 bambini e ragazzi** dei villaggi circostanti di ricevere un'istruzione.

Humana Italia ha contribuito al 60,3% dei costi sostenuti dal progetto, garantendo lo screening a **2.013 bambini**.

Principali risultati 2022 (GRI 203-2)



Children's Town

- Mozambico (Costa do Sol): **29 orfani residenti** e iscritti alla scuola primaria insieme a **472 bambini e ragazzi** provenienti dai villaggi circostanti.
- Zambia (Malambanyama): **52 orfani residenti** e iscritti alla scuola primaria insieme a **478 bambini e ragazzi** provenienti dai villaggi circostanti.



Sviluppo Integrato della Comunità in Angola

- Accesso all'**acqua potabile** per **7.210 persone**; **1.100 contadini coinvolti** nel programma di orticoltura; **249 giovani e donne partecipanti** ai corsi per l'avvio di attività economiche; **8 impianti solari** realizzati.



Tejaswini in India

- **368.339 donne partecipanti**.



Bambà: La Forza Delle Donne Quilombolas

- **39 donne** partecipanti; **30 workshop** realizzati.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 1,88% dei costi sostenuti, permettendo a **9 bambini e ragazzi** di frequentare la scuola e vivere nel Centro.
 Humana Italia nel 2022 ha contribuito al 0,89% dei costi sostenuti, permettendo a **4 bambini e ragazzi** di frequentare la scuola e vivere nel Centro.

Humana Italia ha contribuito allo 0,56% dei costi sostenuti, garantendo l'accesso all'acqua potabile a **40 persone**; la formazione in orticoltura a **6 contadini** e la partecipazione ai corsi di formazione a **1 persona**.

Humana Italia ha contribuito al 4,4% dei costi sostenuti dal progetto permettendo a **16.207 donne** di beneficiare delle attività di Tejaswini.

Humana Italia ha contribuito al 100% dei costi sostenuti, garantendo in toto i risultati descritti.

Da sempre Humana gestisce programmi integrati di sviluppo comunitario e aiuto all'infanzia.

diritto a sottrarsi a matrimoni imposti e prematuri e sui servizi pubblici ai quali potrebbero accedere.

Il programma prevede anche l'inserimento in classi di formazione primaria allo scopo di colmare le lacune educative e riprendere il percorso scolastico abbandonato ma anche corsi professionali mirati all'inserimento lavorativo o all'avvio di piccole attività in proprio.

Ad agosto 2022 si è concluso il progetto **Bambà: La Forza Delle Donne Quilombolas** sostenuto dal **Gruppo Calzedonia spa**. L'intervento, avviato a marzo 2021 nella periferia di Salvador, nello Stato di Bahia in Brasile, è stato elaborato per supportare le donne appartenenti alla comunità Quilombas, tra le più vulnerabili in Brasile. Le beneficiarie hanno partecipato a corsi di formazione e workshop per l'avvio di attività generatrici di reddito. Sono state

preparate alla produzione e vendita dei propri prodotti, al controllo finanziario dell'attività, allo sviluppo del packaging e al marketing da condurre anche sui social media.

I workshop proposti sono stati aperti a tutte le donne della comunità, e non solo a quelle beneficiarie della formazione, per favorire la creazione di reti di supporto e promuovere l'imprenditoria solidale femminile.

Nel **2021** si è concluso in **Malawi** il progetto **SCA – Screening, Cura e Alimentazione**, sostenuto dai fondi dell'**Otto per Mille della Chiesa Valdese**, finalizzato a contrastare l'elevato tasso di malnutrizione infantile severa e moderata e a ridurre così la mortalità dei bambini minori di due anni (si veda scheda di approfondimento di pag. 120)



Alle lezioni curricolari si aggiungono attività attraverso le quali gli studenti hanno l'opportunità di identificare e coltivare i propri talenti.

Screening.

SCA — Screening, cura e alimentazione

Dove

Il Malawi è uno dei paesi più poveri del mondo; metà della popolazione vive con 1,25 dollari al giorno e il 25% si trova in condizioni di estrema povertà.

Tale situazione assegna al Paese il triste primato del più alto tasso di malnutrizione infantile (42,4%). Il 16% dei bambini con età inferiore ai 5 anni è denutrito e il 53% dei bambini tra i 6 e i 24 mesi non riceve il numero minimo di pasti al giorno. Causa del problema non è solo la povertà. Alimentazione e cure dei bambini inadeguate, mancanza di diagnosi precoce e intervento tempestivo, nonché credenze culturali che negano il consumo di cibo vario e ad alto valore nutrizionale a donne e bambini, contribuiscono all'arresto della crescita infantile, alla diffusione dell'anemia di madri e figli, alla contrazione di malattie, allo sviluppo di deficit cognitivi e, nei casi più gravi, alla morte.

Tra le zone più colpite dal problema vi è il distretto di Machinga, nel sud del Malawi. Qui Humana nel periodo 2018-2020 ha realizzato **il progetto SCA Nutrition**, incentrato sul contrasto alla malnutrizione nelle aree di Nyambi e Mchinguza. I risultati ottenuti hanno incoraggiato l'organizzazione ad estendere il progetto anche all'adiacente Traditional Authority (suddivisione territoriale) di Ngokwe, che conta una popolazione di 37.000 persone servite da 1 centro medico e 14 ispettori sanitari.

Quando

Il progetto SCA Nutrition realizzato a Ngokwe ha avuto inizio l'1 dicembre 2020 ed è terminato il 30 novembre 2021. L'intervento è stato possibile grazie alla collaborazione tra Humana Italia e l'organizzazione consorella locale DAPP Malawi e al contributo economico dell'Otto per Mille della Chiesa Valdese.

Obiettivi

Il progetto è stato elaborato per contribuire alla riduzione della mortalità infantile dovuta alla malnutrizione acuta e severa nei bambini da 0 a 2 anni a Ngokwe, un problema complesso, che può manifestarsi ancor prima della nascita del bambino, nel caso in cui la madre non si nutra in maniera adeguata durante la gravidanza. Per questo motivo, è necessario affrontarlo con un percorso lungo e costante, che non si limita solo alla cura dell'alimentazione. Humana ha quindi adottato una



metodologia d'intervento che ha compreso la formazione dei genitori, un coordinamento efficiente con le strutture sanitarie, servizi e trattamenti tempestivi. Pur avendo messo al centro le mamme e i bambini, sia durante la gravidanza che durante i primi due anni di vita, ha lavorato con tutti gli attori istituzionali, sanitari e di coordinamento locale per combattere la malnutrizione.

Le azioni destinate più direttamente ai bambini comprendono i tre aspetti SCA: screening, cura e alimentazione.

Nei dodici mesi di durata del progetto sono state condotte 12 sessioni mensili di screening che hanno raggiunto 3.338 bambini. Di questi 93 sono stati inviati alle strutture sanitarie del distretto per ulteriori valutazioni e 57 sono stati ricoverati; di questi ultimi, 48 (34 femmine e 14 maschi) sono stati inseriti nel programma di alimentazione supplementare e 9 (6 femmine e 3 maschi) sono stati ammessi al programma terapeutico ambulatoriale.

Sono stati inoltre creati 98 gruppi, composti in totale da 3.920 madri, che in occasione degli incontri bisettimanali hanno potuto discutere con gli operatori di Humana dei problemi nutrizionali e imparare a praticare controlli domestici sui bambini (il 94,6% - dato cresciuto del 65,6% rispetto alla fase di avvio del progetto - delle mamme intervistate ha dichiarato di saper riconoscere e valutare la presenza di edema, tipico sintomo riconducibile alla malnutrizione), anche attraverso l'uso del braccialetto MIUC (Mid-Upper Arm Circumference). Mensilmente le donne hanno riferito lo stato di salute dei propri figli, segnalando progressi o malattie, come malaria o dissenteria, che potevano compromettere la condizione sanitaria dei piccoli.

Una volta definito lo stato di salute dei bambini, quelli bisognosi di cure sono stati affidati alle strutture sanitarie e quelli non ricoverati sono stati seguiti dai medici del distretto. Tutti hanno avuto accesso a farmaci stabilizzanti e sono stati sottoposti a 12 visite di controllo e monitoraggio domiciliari.

Naturalmente le 3.920 madri partecipanti ai gruppi hanno ricevuto informazioni sull'alimentazione, in particolare sul corretto allattamento al seno, sullo svezzamento, sull'alimentazione complementare e sull'utilità di un orto familiare.

Sono state inoltre organizzate 4 sessioni dimostrative per le donne incinte che hanno imparato a conoscere i cibi nutrienti da assumere durante la gestazione e l'allattamento e le tecniche di cottura che consentono la conservazione dei cibi. Per incrementare la disponibilità di cibi sani, diversificati e nutrienti, Humana ha inoltre avviato 1.965 orti familiari, di cui inizialmente previsti solo 300, con relativa formazione e tutoring.

Contestualmente sono stati formati i leader locali, i volontari, gli ispettori sanitari e 12 membri del Comitato di Coordinamento dell'Area Nutrizione (ANCC), considerati il volano di un cambiamento necessario per fermare le malattie e le morti causate dalla malnutrizione severa.





Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare

PAESI: **Brasile, India, Malawi, Mozambico**
CONTRIBUTO 2021: **59.196,54 euro**
CONTRIBUTO 2022: **10.190,29 euro**

Nel 2021, Humana Italia in collaborazione con l'organizzazione consorella locale ADPP Malawi, ha proseguito con la realizzazione dei **Macadamia Nuts e Competenze per la resilienza – giovani coltivatori**, progetti inseriti nel programma Farmers' Club, volto a formare i piccoli coltivatori sull'impiego di tecniche di agricoltura sostenibile e sull'avvio e gestione (anche mediante la costituzione di cooperative di coltivatori) di attività commerciali basate sul surplus agricolo prodotto e sulla creazione di mercati locali.

Macadamia Nuts è un intervento avviato ad agosto del 2016 e terminato ad agosto 2022 e ha coinvolto 3.000 piccoli coltivatori (50% donne) nelle aree di Thyolo e Mzimba, nella Regione Centrale.

L'obiettivo specifico prevedeva l'incremento quali-quantitativo della produzione di noci macadamia attraverso la creazione di una filiera ben strutturata e valorizzata.

A questo scopo sono state distribuite e interrate 300.000 piante dell'età di 18 mesi (100 ad ogni contadino), nell'arco dei 7 anni di durata del progetto, tutte sopravvissute e ben radicate. La scelta di questi alberi, che possono raggiungere i 15 metri di altezza e sviluppare una chioma folta e compatta, era motivata da più ragioni: diversificare le coltivazioni, mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici (grazie alla numerosità e alla dimensione delle piante adatte a contrastare i forti venti e l'erosione del suolo) e infine aumentare i quantitativi

di prodotto immesso sul mercato, rispondendo così alla crescente domanda di noci utili sia in ambito alimentare sia cosmetico.

Tale filiera ha procurato un miglioramento delle condizioni economiche di piccoli coltivatori, passati da un'agricoltura di sussistenza a una generatrice di reddito.

Il risultato è stato possibile grazie alla formazione erogata ai contadini coinvolti, che hanno potuto vendere le proprie noci, attraverso due cooperative (una per distretto), all'azienda Sable Farming Company, specializzata nella selezione e vendita di caffè e noci macadamia. Al termine della stagione 2021-2022 gli agricoltori sono riusciti a vendere circa 35 tonnellate di noci a 9 euro al chilo, con indubbio vantaggio economico per le loro famiglie e comunità.

Per dare continuità al progetto, è stato previsto l'inserimento di operatori specializzati nella gestione della filiera di questo prodotto, tutti formati nel corso della durata di un anno, presso la scuola professionale di Mikolongwe gestita da DAPP Malawi.

Il sostegno di Humana Italia a **Competenze per la resilienza per giovani coltivatori** ha riguardato l'anno conclusivo del progetto, avviato, nei distretti di Dowa e Chiradzulu, nell'ultimo trimestre del 2018 e terminato a fine 2021. Si è trattato di un'azione dedicata all'accrescimento delle competenze agricole dei giovani coltivatori per metterli in condizione di migliorare la qualità e la quantità dei loro raccolti e conseguentemente i ricavi economici. La formazione è stata incentrata particolarmente sull'uso di colture e tecniche sostenibili per l'ambiente, resistenti e adattabili a condizioni climatiche sempre più soggette a bruschi cambiamenti e a eventi devastanti.

Il fine ultimo è naturalmente quello di migliorare le condizioni economiche e di benessere generale delle nuove generazioni di piccoli coltivatori, spesso privi di occupazione ma desiderosi di avviare una propria attività di coltivazione e vendita.

Le comunità interessate sono state coinvolte in attività informative sull'alimentazione.

Principali risultati 2021 (GRI 203-2)



Farmers' Club Mozambico

→ Macadamia Nuts: **3.000 agricoltori**, di cui il 50% donne, formati e supportati nella produzione di noci macadamia; oltre **19.000 kit di semi** sono stati distribuiti e **oltre 900 piantine** sono state piantumate da altrettanti piccoli agricoltori locali.
→ Competenze per la resilienza per giovani coltivatori: **285** (171 donne e 114 uomini) **giovani coltivatori** partecipanti alla formazione agricola, di cui **28 disabili**.



Se lo conosco lo mangio! E Kadam: l'istruzione che frutta

→ **66 studenti** di prima e terza primaria partecipanti alle attività di sensibilizzazione.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia ha contribuito al 3,35% dei costi sostenuti dal progetto, garantendo la formazione di **100 agricoltori**, la distribuzione di **636 kit di semi** e la piantumazione di **30 piantine**.

Humana Italia ha contribuito al 18,8% dei costi sostenuti dal progetto, garantendo la formazione a **54 contadini**, di cui **5 disabili**.

Humana Italia ha contribuito al 100% dei costi sostenuti dal progetto.

Principali risultati 2022 (GRI 203-2)



Ricostruzione e Resilienza post Ciclone Idai Malawi

→ **400 coltivatori** formati sull'utilizzo di sistemi d'irrigazione a risparmio idrico, sulla costruzione di **2 serre** per la produzione di colture resistenti alla scarsità d'acqua e sulla coltivazione della frutta. Ai beneficiari sono inoltre stati forniti polli e capre per riavviare l'attività di allevamento.



Transform Nutrition Mozambico

→ **26.126 ragazze** tra i 10 e i 19 anni sono state formate sul rafforzamento dell'alimentazione; **158.613 bambini** di età inferiore ai 5 anni sono stati sottoposti a controlli sanitari e hanno ricevuto prodotti ad alto apporto nutrizionale.

Beneficiari sostenuti da Humana Italia (GRI 203-1)

Humana Italia ha contribuito al 2,81% dei costi sostenuti dal progetto, garantendo la formazione a **11 contadini** a cui sono stati forniti animali d'allevamento.

Humana Italia ha contribuito allo 0,16% dei costi sostenuti dal progetto permettendo il coinvolgimento di **42 ragazze** e sottoponendo **254 bambini** a controlli sanitari.



Nel **2022**, Humana Italia in **Malawi** ha sostenuto il progetto di **Ricostruzione e Resilienza post Ciclone Idai**. Questo, attivato dalla consorella DAPP Malawi subito dopo gli interventi d'emergenza del marzo 2019, prevede un impatto duraturo sulle comunità delle oltre 922.000 persone colpite, rendendole meno vulnerabili ai disastri climatici ormai sempre più frequenti (si veda scheda di approfondimento a pag. 126).

Humana Italia è intervenuta anche in **Mozambico** sostenendo il progetto **Transform Nutrition** avviato a settembre 2019 (termine previsto settembre 2024) nella provincia di Nampula. La gestione locale è affidata a DAPP Mozambico che, anche grazie al supporto di Humana Italia, si è impegnata a offrire allo Stato mozambicano (al Ministero della Salute e al Segretariato Tecnico per la Sicurezza Alimentare e la Nutrizione) assistenza tecnica volta al rafforzamento delle strutture sanitarie locali al miglioramento delle

condizioni di salute di 18.000 donne in gravidanza e in fase di allattamento, di 260.000 ragazze adolescenti e di 165.000 bambini con un'età inferiore ai due anni. In ambito **della sicurezza alimentare**, Humana ha avviato **Se lo conosci lo mangi!** E **Kadam: l'istruzione che frutta**. Si tratta di due progetti congiunti condotti parallelamente in Italia (a Cornaredo in provincia di Milano) e nello Stato indiano di Bihar nel primo semestre del 2022 e volti a sensibilizzare gli studenti italiani e indiani delle scuole primarie sui sistemi alimentari sostenibili, gli stili di vita responsabili, la sovranità alimentare e la sana alimentazione, anche attraverso la creazione di orti scolastici. Il parallelismo tra le attività realizzate in Italia e le azioni svolte in India ha accresciuto la comprensione da parte dei più piccoli delle dinamiche globali e dell'interdipendenza che esiste sulle tematiche ambientali e dell'alimentazione.

Il fine ultimo è quello di *migliorare le condizioni economiche e di benessere generale dei piccoli coltivatori.*



Ciclonone

Ricostruzione e resilienza post Ciclone Idai

Dove

A marzo 2019 una tempesta tropicale, poi trasformata nel Ciclone Idai, ha portato piogge torrenziali, accompagnate da forti venti nell'estremo sud del Malawi, colpendo circa 922.000 persone soprattutto nei distretti di Chikwawa (a pochi chilometri da Blantyre) e Nsanjie, sul confine con il Mozambico. Il secondo distretto è stato nuovamente colpito nel gennaio 2022 dal Ciclone Ana.

Entrambi gli eventi hanno causato inondazioni e distrutto abitazioni e infrastrutture. Ingenti sono stati i danni riportati dall'agricoltura, principale settore economico.

Il solo Ciclone Idai nel distretto di Nsanjie ha inondato quasi 13.000 ettari di campi coltivati (il 50% delle coltivazioni dell'area) e distrutto gli allevamenti dell'intera zona.

Di fronte alla frequenza crescente di fenomeni ambientali tanto distruttivi, Humana, da circa 15 anni, attua interventi e progetti che possano mitigarne gli effetti e prevenire i danni evitabili.

Quando

Humana Italia nel 2021 ha sostenuto DAPP Malawi, organizzazione consorella, che successivamente alla fase d'emergenza e alla ricostruzione, peraltro rallentata dal Covid, ha avviato a novembre 2021 un intervento destinato alle comunità agricole del distretto di Nsanjie, terminato ad agosto 2022.

Obiettivi

L'obiettivo primario prevedeva di sostenere le comunità colpite dal ciclone distribuendo animali d'allevamento e piante da coltivazione ma soprattutto fornendo loro mezzi e competenze agricoli utili a prevenire e a gestire gli effetti di eventi naturali devastanti. Per dare continuità e solidità all'intervento, sono state attuate azioni volte a rafforzare la capacità economica delle comunità locali per metterle in condizioni di avviare attività agricole redditizie e di fronteggiare le emergenze. I risultati conseguiti dal progetto, avviato nel novembre 2021 e terminato ad agosto 2022, sono stati possibili grazie allo sviluppo contestuale di azioni formative, dell'assegnazione di animali e piante e della creazione di strutture di sostegno economico.



Per realizzare quanto pianificato sono state costruite due serre per la produzione di semi e piante ad alto valore nutritivo, adatte al clima e ai terreni locali; distribuite 1.250 capre, 4.000 galline, 2.000 piante di mango, papaya e neem (alberi capaci di crescere fino a 30 metri, ottimi per contrastare l'azione dei venti) e 2.000 fasci di vetiver da piantare e far moltiplicare (l'apparato radicale della pianta, fibroso e resistente, può crescere verticalmente fino a 5 metri, riducendo l'erosione del suolo).

Beneficiari della distribuzione sono stati 650 piccoli coltivatori dei villaggi di Lukwa, Kachere, Malaka e Ntolongo. A loro è stata fornita una specifica formazione su tecniche agricole adatte alle colture locali, all'allevamento del piccolo bestiame e all'utilizzo di sistemi irrigui a risparmio idrico. A questo scopo le due serre costruite nel villaggio di Kachere sono servite per mettere in pratica la coltivazione di piante ad alto valore produttivo. Queste, attualmente gestite da 20 agricoltori, servono ai contadini locali per conoscere i prodotti migliori e apprendere l'impiego.

Per garantire la salute e riproduzione degli animali 34 agricoltori hanno assunto l'incarico di "paraveterinari", istruiti all'individuazione delle principali malattie e all'utilizzo di farmaci forniti da DAPP.

La possibilità di migliorare la produzione agricola è strettamente legata all'accesso al credito da parte dei piccoli coltivatori coinvolti dall'intero intervento.

A questo scopo sono stati creati 74 Gruppi di Risparmio e Prestito nei 4 villaggi. I contadini aderenti sono stati 1.337 (1.068 donne e 269 uomini), di cui 400 (325 donne e 75 uomini) incaricati del coordinamento dei Gruppi. Gli operatori di DAPP hanno provveduto a formare queste persone sulla gestione dei risparmi depositati e dei prestiti erogati. Le informazioni sulle condizioni di adesione sono state date anche agli aderenti. L'aspetto della trasparenza e dell'accessibilità ai dati di ciascun Gruppo è stato particolarmente curato attraverso la creazione di un meccanismo di partecipazione, che prevede la possibilità di presentare reclami e fornire riscontri sulle attività generate grazie ai prestiti.

Precisando che quanto creato dal progetto è tuttora attivo, nel periodo della sua implementazione si è rilevato un incremento del numero e degli importi dei risparmi depositati e dei prestiti richiesti.

Per dare avvio ai gruppi, DAPP Malawi ha costituito un fondo fiduciario dedicato, la cui gestione esecutiva è stata affidata a 15 persone dei 4 villaggi debitamente formate.

Parallelamente alle azioni descritte, il progetto ha previsto la costituzione di 4 Comitati di Protezione Civile, 1 in ciascuno villaggio, composti in totale da 40 persone. Questi ricevono il supporto di un Comitato di Area composto da 20 membri.

I componenti dei comitati hanno appreso metodi di vigilanza e custodia del territorio, di evacuazione e di attuazione d'interventi d'emergenza.



Idai



4.3 ATTIVITÀ SOCIALI IN ITALIA: ATTIVISMO CLIMATICO

Come anticipato in introduzione al presente capitolo, la mission di Humana considera fortemente connesso l'impegno sociale a quello ambientale. I progetti posti in essere a favore di persone e comunità disagiate includono sempre azioni di tutela ambientale.

Può trattarsi di specifici programmi agricoli improntati alle coltivazioni biologiche, al risparmio idrico e alla diversificazione dei raccolti oppure di azioni più contenute inserite in progetti sanitari, educativi o di sviluppo comunitario. In entrambi i casi gli interventi condividono la logica che li genera, basata sull'inestricabile legame tra uomo e ambiente. Lo sviluppo dell'uno non trova pieno compimento senza la tutela dell'altro.

Tale principio trova concreta applicazione nel progetto **Orto 3C - Coltiviamo il Clima e la Comunità**. Implementato 20 anni fa in Europa da alcune organizzazioni membri della Federazione Humana, è attivo in Italia dal 2018. Si tratta di orti di comunità pensati per stabilire un sano legame tra produzione e consumo di cibo e tutelare l'ambiente in stretta connessione con la comunità dei territori di riferimento. Nonostante l'agricoltura sia tra i settori che maggiormente contribuiscono al cambiamento climatico, gli agricoltori e i cittadini-consumatori possono avere un ruolo chiave nella riduzione delle emissioni di gas serra.

Si tratta dunque di **un intervento socio-comunitario di agricoltura urbana ecologica e di inclusione sociale**. Il coinvolgimento di soggetti in condizioni di vulnerabilità avviene tramite la collaborazione con le amministrazioni pubbliche locali, che individuano i possibili partecipanti al progetto. I cicli dell'intervento sono biennali; in quest'arco di tempo Humana fornisce alle persone coinvolte una formazione sia teorica (24 lezioni della durata di 2 ore ciascuna) sia pratica e partecipata. Infatti a ogni partecipante viene assegnato un lotto di terreno all'interno di un orto gestito da un esperto agronomo e da un coordinatore di Humana. Alla fine del percorso gli "attivisti", così chiamati in quanto coinvolti in prima persona a far funzionare l'orto, dispongono delle competenze adeguate per produrre ortaggi e verdura autonomamente o in modo

cooperativo, oltre alla capacità di comprendere i cambiamenti climatici a livello globale. Alle competenze tecniche si aggiungono le relazioni "coltivate" con i compagni di avventura e una possibile rete di supporto. Ciascuno dei partecipanti è infine invitato ad attivarsi sulle tematiche apprese sul proprio territorio e nei nuovi orti.

Nel 2018, Humana ha avviato il primo **Orto 3C nel Comune di Cornaredo**, in provincia di Milano. Una parte del terreno, di circa **2.000 metri quadrati**, è stato suddiviso in 15 parcelle di circa 30 metri quadrati assegnate ai partecipanti per la coltivazione individuale mentre la parte centrale del campo è stata utilizzata a scopo didattico e ad uso collettivo.

Il primo ciclo formativo era inizialmente composto da 12 persone; numero cresciuto nel tempo, fino a raggiungere quota 26 nel 2020 grazie alla possibilità di condividere una parte dei lotti dell'orto. In totale nel primo biennio **sono state formate 43 persone** (qualcuno ha seguito il percorso solo parzialmente). Alcune di loro hanno portato con sé storie difficili legate all'immigrazione, all'essere genitore single, a problemi di salute o di disabilità. Segnalati dai servizi sociali, o entrati autonomamente in contatto con Humana, si sono inseriti in un **gruppo eterogeneo ed inclusivo**, impegnandosi in un'attività vantaggiosa per la vita familiare e foriera di nuove relazioni e amicizie. Nel tempo anche una decina di dipendenti della sede di Pregnana Milanese (MI) di Humana ha preso parte alle attività dell'orto.

Il 2021 è stato un anno di transizione per per il progetto. Si è infatti concluso il primo biennio di formazione e si è contestualmente aperto il secondo. Gli attivisti formati tra il 2018 e il 2020 hanno avuto la possibilità di prolungare di qualche mese la propria permanenza in orto per compensare il periodo perso durante il lockdown e hanno lasciato gradualmente i lotti a loro assegnati condividendoli per un periodo con i nuovi iscritti. Grazie alla collaborazione con realtà sociali e associazionistiche locali, l'Orto è stato corredato di uno spazio dedicato a piccoli eventi destinati agli attivisti ma anche a studenti, cittadini e partner e di strutture adatte alla fruizione da parte di persone con difficoltà motorie, confermando così la propria vocazione sociale e l'apertura al territorio.

Lo sviluppo della struttura è stato possibile anche grazie ai contributi riconosciuti a Humana da **Fondazione Banca del Monte di Lombardia** (i fondi erogati nel 2022 sono stati utilizzati per la gestione dell'orto) e di **Fondazione Comunitaria Nord Milano (FCNM)**. Grazie a quest'ultima, a ottobre 2021 è partito il progetto **Ort-Up! Non la solita Minestra!**:

un intervento che ha coinvolto 96 bambini di età compresa tra i 6 e gli 11 anni delle scuole primarie di Rho (MI), con l'obiettivo di stimolare il loro coinvolgimento, e indirettamente quello delle loro famiglie, sulle sfide dello sviluppo globale, con un focus sui sistemi alimentari sostenibili e sugli stili di vita responsabili. Attraverso il progetto i partecipanti hanno sviluppato conoscenze agro-ecologiche, dato vita a nuove forme di socialità e compreso l'importanza del rispetto per l'ambiente.

Ancora una volta l'Orto 3C è stato uno spazio di apprendimento, incontro e condivisione.

A marzo 2021 si è concluso il progetto **Un Orto senza barriere** che ha permesso la creazione di una zona di lavoro comune, accessibile a persone con mobilità ridotta. L'intervento è stato possibile grazie al contributo di **Tides Foundation/Patagonia** e all'intervento operativo di un gruppo Scout di Milano.

In occasione della **Giornata della Terra**, il 23 aprile 2022, si è tenuto un open day per tutti gli interessati alle tematiche ambientali e un workshop sulle erbe aromatiche e gli insetti impollinatori. L'evento è stato realizzato in accordo con l'Assessorato alla Cultura del Comune di Cornaredo e inserito nel programma di iniziative attivate dai Comuni del sud ovest di Milano aderenti al Protocollo Ambiente.

Nel 2022 si è concluso il secondo ciclo, avviato nel 2020, che ha visto attive 24 persone. Solo nel 2022 gli attivisti hanno ricevuto 241 ore di formazione e hanno prodotto per sé e le proprie famiglie 1.103 chili di ortaggi biologici.

L'orto di Cornaredo è stato anche sede di alcune iniziative di sensibilizzazione. Nei mesi di marzo, aprile e maggio 2022, 66 bambini, studenti delle scuole primarie di Cornaredo e figli degli attivisti dell'orto, hanno partecipato al progetto, promosso dal partner di Humana, **Original Marines, Se lo**

conosci lo mangi. Il progetto realizzato da Humana Italia è stato abbinato a un intervento simile realizzato da Humana People to People India nello stato di Bihar.

In entrambi i casi i beneficiari sono stati studenti di scuola primaria che hanno partecipato attivamente a lezioni pratico-teoriche sui temi della **sovranità alimentare e della sana alimentazione**, tra cui la realizzazione di orti scolastici e attività di agro-ecologia. Con il progetto "Se lo conosci lo mangi!" è stato creato un parallelismo tra le attività realizzate in Italia e le azioni svolte in India, al fine di aumentare la comprensione da parte dei più piccoli delle dinamiche globali e dell'interdipendenza che esiste sulle tematiche connesse all'ambiente e all'alimentazione.

Dal 2018 al 2022, 372 persone hanno preso parte a iniziative tenute nell'orto.

Alla luce dei risultati raggiunti dal progetto **Orto 3C** di Cornaredo e al consolidamento della gestione, nel 2022 Humana ha concluso un accordo con il **Comune di Settimo Milanese** in provincia di Milano, che ha messo a disposizione un terreno di circa **1.400 metri quadrati** per l'avvio dell'iniziativa anche sul proprio territorio. Parte dell'orto è stato suddiviso in 15 lotti, assegnati da gennaio 2023 ad altrettante persone e alle loro famiglie; una parte è stata resa area comune e una dedicata ai momenti di socializzazione.

Questo secondo orto, finanziato da **Fondazione Comunitaria Nord Milano** e da **Fondazione Banca del Monte di Lombardia**, è caratterizzato dall'eterogeneità degli attivisti. Alle persone che hanno aderito di propria iniziativa se ne sono aggiunte alcune in situazione di fragilità e già a carico dei servizi sociali di Settimo Milanese, confermando così lo spirito d'inclusione con cui gli Orti 3C sono pensati.

Gli agricoltori e i cittadini-consumatori possono avere un *ruolo chiave* nella riduzione delle emissioni di gas serra.

Quanto realizzato in quasi 5 anni nell'Orto 3C, ha stimolato una riflessione interna sull'interesse suscitato nelle persone per un'attività mai condotta prima e rivelatasi utile per l'alimentazione e l'economia familiare, per le relazioni sociali e per i temi ambientali approfonditi. I riscontri positivi ottenuti dalle amministrazioni pubbliche coinvolte, dai partner e in generale da chi, studenti, insegnanti e cittadini, ha partecipato alle attività dell'Orto, hanno convinto Humana della necessità di creare un **Reparto di Attivismo Climatico**. Avviato a novembre 2022, ha lo scopo di formare,

sensibilizzare e mobilitare la cittadinanza a favore di uno stile di vita più consapevole e sostenibile nei confronti dell'ambiente. L'apertura di nuovi orti ma anche le iniziative di sensibilizzazione e mobilitazione, rafforzeranno e amplieranno il ruolo di Humana Italia nella diffusione di una cultura del rispetto ambientale e umano.

Le attività del nuovo reparto saranno condotte in partnership con Humana Spagna e Humana Bulgaria, anch'esse promotrici di orti di comunità.



La bellezza delle comunità è la diversità di ogni partecipante.

Testimonianze

"Ci è sembrata una bella occasione poter mettere a disposizione gli orti incolti di Vighignolo a favore di un progetto sociale. In un tempo in cui siamo esposti al rischio che ognuno "pensi solo al proprio orticello" anche con questo progetto vorremmo rilanciare l'importanza della comunità e dei legami solidali tra le persone. Dopo la collaborazione virtuosa per l'avvio del progetto Guardaroba Amico (uno spazio di scambio e distribuzione gratuita di abiti di buona qualità. Il progetto, Finanziato da Fondazione Nord Milano è stato gestito da Humana con il prezioso supporto dei volontari di OltrePerimetri e di Attimo Fuggente – banca del tempo), inizia un nuovo viaggio insieme a Humana per sottolineare ancora una volta quanto sia vitale per la nostra città investire su temi come la sostenibilità, l'ambiente e la cooperazione".

Stefano Panzeri - Assessore al Welfare di Settimo Milanese

"La bellezza delle comunità è la diversità di ogni partecipante, la molteplicità di attitudini, come ad esempio la mia verso questo tipo di coltivazione. La diversità porta a confrontarsi continuamente, ad uscire dal proprio guscio e a mettersi in gioco. Penso che la forza del progetto Orto 3C sia proprio quella di potersi confrontare con tante persone, tutte accomunate dalla stessa passione. Per esempio, il mio lotto di terra è proprio vicino alla fontanella, un luogo centrale quasi simbolico dell'orto, dove passano tutti. Qui spesso la chiacchiera diventa osservazione e scambio di informazioni agronomiche. Assicuro che non si smette mai d'imparare!"

Piero Brambilla - attivista dell'orto 3C di Cornaredo e tutor per nuovi attivisti



5

Generiamo
cambiamento
insieme
(GRI 413-1)

PROMUOVIAMO
LA CULTURA DELLA
SOSTENIBILITÀ
E DELLA SOLIDARIETÀ

5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà

Il testo che formalizza la Mission di Humana Italia inizia con la dichiarazione “**Promuoviamo la cultura della solidarietà e dello sviluppo sostenibile**”. Questa affermazione precede la parte dedicata all’implementazione dei progetti di sviluppo, non per minimizzarne l’importanza, quanto per dare evidenza alla ferma convinzione che condividere la sensibilità verso i temi della solidarietà e sostenibilità sia davvero la chiave per mobilitare e attivare le persone su questi fronti. L’unità di molti può generare il prodotto, non solo la somma, di singoli sforzi rivolti al cambiamento, all’urgenza di conoscere e affrontare le ingiustizie, alla lotta contro disuguaglianze e danni ambientali.

Nel 2021 e 2022, **Humana si è fatta promotrice sociale, rivolgendosi al mondo della scuola, alle aziende, alle istituzioni, alla**



La forza della rete: insieme per promuovere solidarietà e sviluppo sostenibile

società civile associata, ai cittadini, ai volontari e ai donatori.

L’organizzazione diretta d’iniziativa o la partecipazione a eventi promossi da altri sono state svariate e incentrate sull’informazione, il confronto e la raccolta fondi.

Tabella 1 Donazioni per categorie di donatori (valori in euro)
G4-NGO8 NGO Sector Disclosures

Categorie di donatori	2020	2021	2022	Var. 2021-20	Var. 2022-21
Individui*	57.360,8	40.724,5	45.154,1	-29,0%	10,9%
Istituzioni e fondazioni	119.882,7	197.110,0	92.750,0	64,4%	-52,9%
Aziende	12.200,0	75.535,0	39.834,0	519,1%	-47,3%
Altre donazioni	0,0	0,0	500,0	-	-
Totale	189.443,5	313.369,5	178.238,1	65,4%	-43,1%

* La quota individui include il 5 per mille

5.2 CON FONDAZIONI E ISTITUZIONI

Fondazione San Zeno, nel 2021 e 2022, ha confermato la propria fiducia a Humana, riconoscendo il sostegno ai progetti “Kadam: inclusione scolastica e istruzione di qualità per tutti” nello stato indiano di Haryana e “A lezione di futuro: intervento di supporto al sistema educativo indiano” nello stato di Bihar. Il finanziamento è andato a favore del miglioramento dell’istruzione magistrale attraverso l’applicazione della metodologia NeTT e l’impiego del programma Kadam per il reinserimento scolastico di bambini esclusi dai percorsi formativi (si veda pag. 101). A marzo 2021, rappresentanti di Fondazione San Zeno hanno potuto “visitare” il progetto “Kadam: inclusione scolastica e istruzione di qualità per tutti” grazie a un tour virtuale, che ha offerto loro informazioni specifiche e testimonianze dirette dei beneficiari e dello staff di Humana.

A luglio del 2022 una referente della Fondazione, accompagnata da un’operatrice di Humana Italia, ha partecipato a un viaggio di verifica per conoscere entrambi i progetti.

L’**Otto per Mille della Chiesa Valdese**, nel 2021 ha riconosciuto un contributo a Humana Italia per la realizzazione del programma di miglioramento dell’istruzione in India, sempre attraverso l’impiego di NeTT e Kadam, anche nello stato di Jharkand (si veda pag. 101). Nello stesso anno, l’ente ha permesso la conclusione del progetto “SCA – Screening, Cura e Alimentazione per la gestione della malnutrizione severa e moderata nei bambini da 0 a 2 anni in Malawi” finanziato già nel 2020 e terminato a novembre 2021 (si veda pag. 120).

Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo nel 2020 ha approvato un contributo, erogato tra il 2020 e il 2021, a favore del progetto “Sementes do Futuro. Formazione e inclusione per giovani e donne della periferia di Salvador” in Brasile, concluso a dicembre 2021 (si veda pag. 104).

Lo stesso ente ha contribuito alla realizzazione del progetto “Um futuro aberto para as mulheres e os jovens. Percorsi di formazione nella periferia di Salvador” avviato a ottobre 2022 (si veda pag. 106).

Fondazione Comunitaria Nord Milano (FCNM) a ottobre 2021 ha approvato un contributo al progetto “Ort-up! Non la solita minestra” realizzato e concluso nel 2022 da Humana Italia nel proprio Orto 3C di Cornaredo (MI). L’intervento ha coinvolto 96 bambini di età compresa tra i 6 e gli 11 anni delle scuole primarie di Rho (MI), sui temi dello sviluppo globale e degli stili di vita sostenibili (si veda pag. 128). FCNM ha inoltre finanziato l’edizione ‘22-’23 di “Ort up!

Ripartiamo dalla comunità!” e ha riconosciuto un contributo per la realizzazione del nuovo Orto 3C di Settimo Milanese (MI) (si veda pag. 129).

Fondazione Banca del Monte di Lombardia ha riconosciuto a Humana un finanziamento per la gestione dell’Orto 3C di Cornaredo e nel 2022 ha approvato un contributo per l’apertura dell’Orto 3C di Settimo Milanese.

Tides Foundation (fondazione aziendale di Patagonia) tra il 2020 e il 2021, ha contribuito alla realizzazione, all’interno dell’orto di Cornaredo, dell’intervento “Un Orto senza barriere” che ha permesso la creazione di una zona di lavoro comune, accessibile a persone con mobilità ridotta. La struttura è stata resa fruibile anche grazie al prezioso intervento di un gruppo di ragazzi Scout di Milano, che hanno avuto così anche l’occasione di ricominciare ad operare insieme dopo il lungo periodo d’isolamento causato dal Covid.

Humana è stata inoltre invitata a partecipare alla realizzazione del progetto “Giardino Alzheimer in fiore” a favore degli ospiti del Centro Polifunzionale il Melograno di Cornaredo, reso possibile grazie al contributo erogato dalla Città Metropolitana di Milano attraverso il **Bando #Operazione comunità2020**. A Causa del Covid, Humana si è occupata dello studio degli orti rialzati e della formazione ai beneficiari ma non della costruzione degli stessi.

Il **Comune di Settimo Milanese (MI)** a settembre 2022 ha stipulato la convenzione con Humana Italia a cui ha assegnato un terreno di 1.400 metri quadrati per la realizzazione di un secondo Orto 3C (si veda pag. 129).

5.3 CON LE AZIENDE PARTNER

La collaborazione con le aziende sta diventando sempre più frequente e strutturata. Tra il 2021 e 2022, Humana Italia ha dato vita a partnership sfociate in campagne di recupero di abbigliamento usato, eventi di volontariato o progetti di sviluppo. L’intento è quello di aggregare e unire gli sforzi di chi ha a cuore i grandi temi delle disuguaglianze sociali e della crisi climatica, sempre all’insegna della **co-progettazione, trasversalità e professionalità**.

Humana, infatti, procede presentando un obiettivo o un intervento che intende realizzare, così che il partner possa decidere se condividerne la messa in atto; in caso positivo, la formulazione dell’operazione nasce dal confronto sinergico dell’organizzazione con l’azienda. Oggetto delle proposte è sempre un **intreccio di attività e obiettivi sociali e**

ambientali, per la cui attuazione Humana mette in campo una capacità organizzativa, logistica e comunicativa, collaudata e affinata grazie alle numerose attività gestite negli anni.

La scelta dei partner si basa su **criteri di responsabilità sociale d’impresa**. In alcuni casi il percorso intrapreso in tal senso dall’ente coinvolto è già avviato o persino consolidato; in altri, può essere in fase iniziale o in via di rafforzamento anche grazie all’interazione con Humana.

Elenchiamo di seguito le principali partnership realizzate nel biennio della presente rendicontazione; grazie ad alcune di esse, Humana ha ricevuto in donazione oltre 60.000 chili di abiti utilizzati in favore dei propri progetti sociali.

- **Gruppo Calzedonia spa** ha organizzato una campagna di recupero abiti in 400 negozi Tezenis, tra ottobre e novembre 2021. I clienti hanno donato a Humana vestiti usati che, uniti al contributo economico riconosciuto dall’azienda, hanno permesso il proseguimento del progetto “Bambà, la forza delle donne Quilombola” in Brasile (si veda pag. 116).
- **Original Marines** ha affiancato Humana nella realizzazione del progetto “Se lo conosci lo mangi!” che ha coinvolto 66 bambini delle scuole primarie di Cornaredo (MI) ed è stato abbinato a un intervento simile messo in atto da Humana People to People India nello stato di Bihar (si veda pag. 124). Il supporto per Humana è derivato dai vestiti donati, a novembre 2021, in 500 negozi del marchio di abbigliamento sportivo, a cui si è aggiunto il contributo economico riconosciuto dall’azienda.
- **Carrefour Italia** ha realizzato la campagna back to school, nell’autunno 2021, riuscendo a recuperare zaini e grembiuli andati in donazione a Humana unitamente a un sostegno economico.
- **Woolrich Outdoor Foundation** ha donato 7.000 capi nuovi di varia tipologia che uniti a capi usati di buona qualità sono stati destinati a un progetto di assistenza sociale in Romania gestito dalle

associazioni Carusel e Inima Pentru. Queste sono state individuate da Humana Bulgaria che ha supportato Humana Italia nello smistamento degli abiti e nella preparazione dei pacchi da consegnare ai beneficiari. WOF ha inoltre riconosciuto a Humana un contributo per le attività progettuali dell’Organizzazione.

- **Amazon**, in occasione dell’edizione 2021 della settimana del riciclo organizzata in 55 siti aziendali, ha raccolto dai propri dipendenti abiti poi donati a Humana Italia che ha beneficiato anche di una donazione economica elargita da Amazon. Nel 2022, 10 dipendenti dell’azienda hanno svolto una giornata di volontariato presso l’Orto di Comunità e il Centro di Smistamento degli abiti di Humana (si veda pag. 142).
- **Alsco**, nota azienda di noleggio e lavaggio di abbigliamento da lavoro, nel 2021 ha donato a Humana divise aziendali ancora utilizzabili come abbigliamento. Nel 2022 la collaborazione è proseguita con la donazione di altri capi, che Humana ha potuto destinare alla vendita, e di un contributo economico. Le risorse ottenute sono state destinate alla Scuola Professionale di Nacala in Mozambico (si veda pag. 104).
- **OVS** ha realizzato una campagna take back in oltre 650 negozi su tutto il territorio italiano, riuscendo a raccogliere un quantitativo ingente di abbigliamento donato a Humana.
- **Pepco**, marchio di abbigliamento per tutta la famiglia, a maggio 2022 ha proposto la campagna “Old clothes, New stories” grazie alla quale ha raccolto dai clienti abiti poi devoluti a Humana.
- **The Style Outlets**, società che gestisce gli outlets di Castel Guelfo (BO) e Vicolungo (NO), ha richiesto a Humana il posizionamento, tra giugno e dicembre 2022, di due smart container (speciali contenitori interattivi a forma di cuore per la raccolta degli abiti), nei due centri commerciali. L’operazione ha consentito ai clienti la donazione di abbigliamento a Humana, beneficiaria anche di un contributo economico.

La scelta dei partner si basa su criteri di responsabilità sociale d’impresa.

- **Grundig/Beko**, azienda di elettrodomestici, ha ceduto il tessuto utilizzato per la realizzazione dello stand allestito in occasione del Salone del Mobile di Milano nel 2022 alla Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone, con cui Humana collabora anche per la raccolta degli abiti (si veda pag. 76). Il materiale è stato impiegato per la produzione di gadget e borse Belt Bag (www.beltbag.it) da destinare agli stakeholder di Grundig. Il ricavato della vendita dei due prodotti, unito a una donazione riconosciuta dall'azienda, è stato equamente diviso tra Humana e Food for Soul, anch'essa organizzazione partner di Grundig/Beko, per progetti incentrati sulla lotta alla povertà alimentare.
- **TEDxPadova e Crédit Agricole FriulAdria**: in occasione dell'evento tenutosi ad ottobre 2021, Humana ha potuto raccogliere abiti donati dai cittadini partecipanti alle 12 performance e nelle settimane successive in 140 filiali dell'Istituto bancario, main partner dell'evento padovano.
- **Gruppo Jakala**, società di marketing relazionale, che compone piani loyalty per le aziende, ha inserito nei cataloghi punti il negozio Vintage Online di Humana (www.humanavintage.it) e i prodotti Belt Bag della Cooperativa Sociale Occhio del Riciclone, con cui Humana collabora. I dipendenti aziendali o gli iscritti ai piani fedeltà ottengono sconti per i prodotti delle due realtà.
- **Conde Nast** ha organizzato uno swap party per i dipendenti di Vanity Fair, durante il quale Humana ha avuto la possibilità di ricevere gli abiti rimasti dagli scambi e informare i partecipanti sull'importanza del riutilizzo e della donazione dell'abbigliamento sia a fini sociali sia ambientali.

Campagne Take Back: sinergia virtuosa tra Humana, aziende e cittadini

Un'iniziativa "take back" nasce dalla collaborazione tra Humana e una azienda che vende al dettaglio abbigliamento o altri prodotti. Tale tipo di iniziativa invita i clienti a donare abiti presso i negozi partner attraverso appositi **ecobox**, forniti da Humana. In cambio della donazione, ai clienti viene offerto un buono sconto sull'acquisto di nuovi prodotti. Gli abiti raccolti vengono integrati nella filiera di Humana contribuendo così alla mission dell'organizzazione.

Queste iniziative instaurano un meccanismo virtuoso che coinvolge sia l'azienda partner, che spesso sostiene anche attraverso una donazione economica un progetto di sviluppo specifico di Humana, sia i cittadini che agiscono in prima persona portando i propri vestiti nei negozi.

A fine campagna il partner riceve una rendicontazione dei quantitativi di indumenti raccolti e dell'impatto ambientale positivo della campagna. Naturalmente l'operazione è supportata da azioni di comunicazione congiunte. Collaborazioni di questo tipo danno concretezza alla sinergia che Humana ricerca nell'attuare azioni di tutela ambientale e di sviluppo sociale e aiutano il posizionamento dell'azienda partner rispetto alle tematiche ESG.

L'intento è quello di *aggregare e unire* gli sforzi di chi ha a cuore i grandi temi delle *disuguaglianze sociali* e della *crisi climatica*.

Denim riciclato: in partnership per una produzione sostenibile

È ormai nota la portata dell'impatto negativo dell'industria tessile sull'ambiente, con particolare incidenza del trattamento del denim per la produzione dei jeans.

Humana, insieme a **Filatura Astro** da luglio 2020 è parte del **programma PCR (post-consumer recycled)** di **Candiani Denim**. Quest'ultima, con sede a Robecchetto con Induno (MI), produce il tessuto per i jeans da 80 anni mentre Filatura Astro, a Vigliano Biellese (BI), da 60 anni ricava filati rigenerati dal cotone non tinto e dagli scarti del legno. Insieme hanno attivato una partnership con Humana per ridare vita ai capi dismessi e usati grazie al riciclo post-consumo. La riduzione delle risorse naturali impiegate per la produzione tessile e la diminuzione dei rifiuti sono gli obiettivi che accomunano le tre realtà.

Nel programma PCR, **Humana Italia si occupa di raccogliere, pretrattare e preparare i jeans, rimuovendo bottoni, cerniere e toppe**. Il denim ottenuto viene inviato a Filatura Astro che provvede a sminuzzare e filare i capi pretrattati impiegando quantità significativamente minori di acqua, energia e sostanze chimiche rispetto alla produzione tessile tradizionale. A questo punto Candiani Denim miscela il cotone riciclato, generalmente indebolito, con quello organico e rigenerativo Blue Seed capaci di rinforzare le fibre dei vecchi jeans. Il tessuto ottenuto ha una percentuale di cotone riciclato molto alto (21-26%) e possiede l'aspetto e le prestazioni di un denim premium.

Tutto il processo, dalla raccolta degli indumenti fino al tessuto finito, avviene nel raggio di 60 chilometri ed è totalmente tracciabile.

Tale filiera rappresenta un modello di business circolare che si propone come alternativa alla produzione di jeans spesso arcaica e dannosa per il pianeta. Si stima che, in media, per ottenere un paio di pantaloni in denim, oltre all'impiego di pesticidi e diserbanti, siano necessari tra i 7 e i 10mila litri di acqua, dalla produzione del seme al capo confezionato. La richiesta crescente di questa tipologia d'indumento, e dell'abbigliamento in generale, avrà conseguenze devastanti per i terreni, la qualità dell'acqua e dell'aria oltre che per la salute delle persone.

Nel 2021 e 2022 Humana ha inviato a Filatura Astro **62.000 chili di jeans** che hanno permesso di ottenere **240 chili di filato composto al 24% da cotone riciclato**. Clienti di Candiani come Roy Roger's, GStar e Close hanno acquistato questo nuovo tessuto per le proprie produzioni.

Contribuire a sperimentare e consolidare produzioni innovative, ancor meglio se in partnership, è una sfida che Humana si propone di affrontare nei prossimi anni.



5.4 CON I SOSTENITORI

Le risorse che Humana Italia impiega per gli interventi nel mondo derivano dalla vendita al dettaglio e all'ingrosso degli abiti ricevuti in dono dai cittadini, dalle erogazioni di fondazioni e istituzioni, dalle partnership ma anche dalla generosità di singoli individui che aderiscono alle campagne di raccolta fondi.

I proventi derivanti dal **5x1000** nel 2021 sono andati alla scuola professionale di Mikolongwe in Malawi (si veda pag. 104) e alla scuola primaria del centro Formigas do Futuro di Chimoio in Mozambico (si veda pag. 100). I fondi del 2022 sono stati erogati a Humana solo a dicembre e inviati al Centro Formigas do Futuro a inizio 2023.

A **Natale 2021** Humana ha inoltre condotto la campagna **Semina il futuro**, invitando i propri sostenitori a donare kit di semi di ortaggi ai ragazzi del Centro "Città dei Bambini" di Malambanyama in Zambia (si veda pag. 116). Qui ai ragazzi più grandi vengono impartite lezioni di agricoltura che forniscono loro competenze per condurre un'attività di piccola coltivazione, utile soprattutto per gli orfani che una volta terminata la scuola dovranno trovare un impiego per provvedere a sé stessi.

La campagna del **Natale 2022** ha previsto la raccolta di fondi per il progetto **Ricostruzione e Resilienza post Ciclone Idai** implementato nei distretti di **Chikwawa e Nsanje**, in Malawi (si veda pag. 126).

È, infine, sempre valida la possibilità di attivarsi con il **sostegno a distanza** che permette di garantire istruzione ai ragazzi della Scuola Professionale di Nacala e della Città dei Bambini di Costa do Sol vicino a Maputo in Mozambico e della Città dei Bambini di Malambanyama in Zambia.

5.5 CON I VOLONTARI

Il prezioso supporto offerto dalle persone alle attività di Humana non si concretizza solo con le donazioni liberali ma anche con il volontariato. Il numero di volontari, aumentato sia nel 2021, passando da 18 a 24, sia nel 2022, da 24 a 37, rientrano prevalentemente nella fascia d'età 30-50 anni.

È proseguita in misura ridotta a causa del Covid l'attività di **volontariato d'impresa**, in alcuni casi a integrazione di partnership aziendali già in atto, in altri come prima iniziativa di rapporti sviluppatasi poi su fronti più articolati e sempre incentrati sulla solidarietà, sostenibilità e Responsabilità Sociale d'Impresa.

Tra il 2021 e il 2022, Humana ha beneficiato dell'operato di **10 dipendenti di Amazon che hanno collaborato con gli attivisti dell'Orto 3C** di Cornaredo (MI) (si veda pag. 137) e con gli operatori del Centro di Smistamento abiti dell'organizzazione.

Oltre ai cosiddetti "volontari aziendali", Humana gestisce gli **attivisti del progetto 3C** (Coltiviamo il Clima e la Comunità), le persone che aderiscono a un programma biennale socio-comunitario di agricoltura urbana ecologica e d'inclusione sociale condotto presso gli Orti di Cornaredo e Settimo Milanese in provincia di Milano. Queste persone, a volte in condizioni di fragilità, sono **al contempo beneficiari della formazione teorica e pratica sull'orticoltura e volontari che contribuiscono a far funzionare l'orto**, ad accogliere studenti, cittadini e volontari aziendali, coinvolgendoli in iniziative d'informazione sulle pratiche di sviluppo sostenibile.

Gli attivisti dell'Orto 3C sono al contempo beneficiari e promotori delle pratiche sostenibili.

Come diventare volontari

Per ricevere informazioni su come diventare nostro volontario contattaci: **02.93964009** oppure volontariato@humanaitalia.org



Tabella 2 Volontari per genere ed età al 31.12

	2020	2021	2022	Variazione %
Under 30	2	3	6	100,0%
Donne	1	1	4	300,0%
Uomini	1	2	2	0,0%
tra i 30 e i 50	9	7	15	114,3%
Donne	4	4	9	125,0%
Uomini	5	3	6	100,0%
Over 50	7	14	16	14,3%
Donne	4	4	6	50,0%
Uomini	3	10	10	0,0%
Totale volontari	18	24	37	54,2%

Tabella 3 Volontari per ambito di intervento al 31.12

	2020	2021	2022	Variazione %
Volontari che hanno aderito al volontariato aziendale	0	0	10	-
Donne	0	0	6	-
Uomini	0	0	4	-
Volontari che hanno aderito all'orto di comunità	18	24	27	12,5%
Donne	9	9	12	33,3%
Uomini	9	15	15	0,0%
Totale volontari	18	24	37	54,2%

Salute e sicurezza dei nostri volontari (GRI 403)

Il **tema della salute e della sicurezza** è imprescindibile anche nei confronti di tutti i nostri **volontari**, che **operino in Italia o nei progetti nel mondo**. Humana Italia attua infatti tutte le misure necessarie a tutelarli nello svolgimento della loro attività, effettuando un'analisi dei rischi e implementando tutte le azioni possibili per prevenirli (**GRI 403-2**). Ai volontari, per qualsiasi tipologia di attività svolta, vengono fornite tutte le adeguate informazioni a proposito della loro sicurezza e salute, coerentemente con quanto prescritto dalla normativa nazionale (**GRI 403-4**).

Coloro che si attivano con il volontariato beneficiano di un'assicurazione dedicata stipulata da Humana Italia (**GRI 403-6**). Tutti i volontari e i visitatori delle nostre sedi, in particolare del nostro impianto di smistamento, del laboratorio di Belt Bag e gli Orti 3C (luoghi dove vengono solitamente realizzate le attività di volontariato aziendale), ricevono i necessari Dispositivi di Prevenzione Infortuni, quali ad esempio scarpe antinfortunistiche, guanti e giubbotto catarifrangente. Per gli attivisti del progetto Orto 3C è prevista una formazione ad hoc, erogata dai responsabili del progetto, sugli aspetti inerenti la tutela della sicurezza all'interno dell'orto, la fornitura di DPI specifici e la richiesta di adesione al regolamento interno e alla procedura di prevenzione infortuni (**GRI 403-5**).

5.6 PROMOZIONE SOCIALE E AMBIENTALE

Per attuare la propria mission, Humana Italia coglie tutte le occasioni utili a divulgare i temi della solidarietà, sostenibilità, circolarità e trasparenza. Può trattarsi di eventi organizzati direttamente o della partecipazione a iniziative, eventi o tavoli di lavoro promossi da altri. In alcuni casi le iniziative hanno portata nazionale o internazionale, in altri riguardano contesti territorialmente più circoscritti. Questi ultimi non vengono trascurati poiché rappresentano ottime occasioni di radicamento che contribuiscono a rafforzare il rapporto con gli enti e

le istituzioni locali e con i cittadini. Di seguito, sono elencati alcuni momenti salienti tra il 2021 e 2022.

Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale — presso l'Università Bocconi di Milano, nell'edizione 2021 Humana ha partecipato a due convegni "Contrastare lo spreco: l'alleanza tra imprese e stakeholder" e "Dalla testimonianza alla visione olistica: come cambia la moda sostenibile". L'obiettivo era promuovere l'idea che la moda e il riutilizzo possano agire come leve di cambiamento a favore della circolarità e sostenibilità dei consumi. Durante l'evento, è stata enfatizzata l'importanza della collaborazione tra diversi attori per ottenere risultati significativi. Nell'edizione 2022, Humana ha partecipato ai talks "Sostenibilità e lotta allo spreco, un impegno per tutta la filiera" e "Dall'economia circolare al pensare circolare". Inoltre, durante l'evento è stato presentato il libro "L'Alfabeto della sostenibilità" curato da Francesco Morace e Marzia Tomasin e contenente un capitolo riguardante Humana.

Ecomondo — Humana nel 2021 ha nuovamente partecipato all'annuale fiera riminese, evento di riferimento in Europa per la transizione ecologica e i nuovi modelli di economia circolare e rigenerativa. In collaborazione con **Assorecuperi** (Associazione nazionale delle imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti), è intervenuta alla conferenza "Economia circolare nella filiera dell'abbigliamento e del tessile", incentrata sull'impatto dell'industria della moda, sull'ambiente e sulle azioni intraprese a livello europeo per incentivare un modello di economia circolare per questo settore. Nel 2022, presso il padiglione Osservatorio del Tessile, condiviso nuovamente con Assorecuperi, sono state numerose le occasioni di confronto sugli scenari futuri della filiera del tessile post-consumo e i modelli di collaborazione multi-stakeholder per il settore. Al contempo, Humana è intervenuta tra i principali player del sistema moda italiano al convegno "Tessile come opportunità: sfide e coinvolgimento degli stakeholders del settore" focalizzato sul tema dei possibili contributi che tutte le parti interessate possono dare nel rispondere alle sfide future per il comparto moda, facendo emergere proposte, obiettivi, e progetti in corso. Il secondo evento, "Raccolta differenziata dei rifiuti tessili urbani", partendo dall'obbligatorietà introdotta a gennaio 2022 con il D. Lgs 116/2020 per le Amministrazioni Comunali, di garantire ai cittadini la raccolta differenziata di abbigliamento e prodotti

tessili, ha focalizzato l'attenzione sui futuri sviluppi della gestione dei rifiuti tessili urbani. Infine, partecipando all'incontro "Implementazione dei sistemi di EPR (Responsabilità Estesa del Produttore): quali possibili scenari", Humana Italia ha contribuito a ipotizzare modelli operativi, in considerazione degli input normativi europei e la conseguente necessità di armonizzazione dei diversi modelli nazionali.

COP26 Glasgow — La Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, tenutasi in Scozia a novembre 2021, ha riunito tutti i principali leader mondiali per valutare le misure adottate dai diversi Stati membri per ridurre le emissioni di gas serra. Humana Italia con la propria Federazione è stata presente, in qualità di osservatrice, con l'obiettivo di dare voce ad alcune tra le comunità più vulnerabili agli effetti del cambiamento climatico attraverso la promozione di un progetto chiamato: "Costruzione della resilienza come adattamento ai cambiamenti climatici nelle comunità dell'Africa sud occidentale colpite dalla siccità, Angola e Namibia, 2021-2027 - (ADSWAC)".

Finanziato dall'**Adaptation Fund** e in collaborazione con l'**Osservatorio del Sahara e del Sahel**, il progetto quinquennale è iniziato proprio nel novembre '21, con l'impegno di far fronte alla frequenza e all'intensità della siccità promuovendo un maggior utilizzo di pratiche agricole resistenti al clima, colture adatte ai climi aridi e sostenendo iniziative per le microimprese.

Humana People to People si è mobilitata da tempo per una causa molto sentita e su cui lavora da molti anni. Un progetto che rappresenta al meglio le istanze di quelle comunità che hanno contribuito meno al cambiamento climatico ma ne stanno pagando il prezzo più alto.

COP27 Sharm el Sheikh — Humana Italia, in coordinamento con la Federazione Internazionale Humana People to People ha partecipato alla conferenza sul clima organizzata in Egitto dalle Nazioni Unite nel novembre del 2022. Obiettivo della conferenza era discutere le agende politiche dei governi per far fronte alla crisi climatica e raggiungere accordi su impegni concreti, tra cui quello sulla riduzione delle emissioni di CO2.

Humana è stata presente con uno stand insieme all'organizzazione SouthSouthNorth proponendo il "Building resilience through locally-led climate action". Lo spazio ha dato la possibilità di presentare gli interventi dell'organizzazione finalizzati

all'adattamento e alle conseguenze dei cambiamenti climatici nelle comunità in Africa, Asia e Sud America. Strumento principe per tale scopo è l'accrescimento della consapevolezza e delle competenze degli individui, specialmente in quei luoghi dove le informazioni sul fenomeno sono di difficile accesso e, parallelamente, le conseguenze di tali cambiamenti sono maggiormente gravi per l'ecosistema delle comunità.

Settimana Europea Riduzione Rifiuti — in entrambi gli anni, Humana ha aderito svolgendo attività di sensibilizzazione sulle eccessive quantità di rifiuti prodotti. Nel 2022, oltre ad aver partecipato al webinar di lancio della campagna, ha organizzato momenti di formazione, swap party e raccolte straordinarie di abiti usati al fine di promuovere il consumo responsabile e il riutilizzo virtuoso, a favore del pianeta e delle persone.

Nelle iniziative sono stati coinvolti 14 istituti scolastici delle province di Brescia, Reggio Emilia, Rovigo e Teramo; le aziende Natixis, KPMG, e ANIMA e tutti i negozi Humana Vintage e Second Hand.

Con un'azione sinergica tra Humana, Area Marina Protetta Torre del Cerrano, il Centro di Educazione Ambientale del comune di Pineto (TE), Legambiente Torre del Cerrano e l'associazione Paliurus, sono stati attivati 180 alunni del polo scolastico Illuminati di Atri (TE) e i loro docenti con uno swap party; un pretesto per offrire ai ragazzi un'opportunità concreta di scoprire comportamenti e idee per ridurre i rifiuti e vivere meglio nel nostro ambiente.

Gli organizzatori della SERR hanno inoltre dato evidenza sulla mappa delle iniziative nazionali ai contenitori per la raccolta abiti di Humana e ai punti vendita OVS coinvolti nello stesso periodo in una campagna di take back.

Cities4CSR — il network di città europee attive nel **programma URBACT**, co-finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale e dagli Stati membri dell'Unione, per mettere in relazione i governi locali e i principali attori economici del territorio per affrontare i problemi urbani attraverso la Responsabilità Sociale d'Impresa. Humana nel 2021 è stata coinvolta in un'attività di confronto organizzata dal Comune di Milano a cui hanno partecipato circa 20 CSR manager di realtà profit e del terzo settore per sviluppare un metodo capace di rispondere alle esigenze locali attraverso un potenziamento della CSR di attori privati e pubblici.

Human Green Retail Forum — Humana nel 2022 ha partecipato al talk “La sostenibilità è una scelta consapevole: scienza e marketing insieme per rigenerare il futuro” sul connubio tra le soluzioni tecniche di riutilizzo e riciclo del tessile e la promozione di uno stile di vita attento ai consumi e alla tutela delle risorse. All’incontro è seguito uno swap party organizzato in favore di Humana.

Bookcity Milano — tenutosi a novembre 2021, ha coinvolto anche Humana che ha presentato il libro “Il sogno nel cassetto” scritto da Stefano Sacchi e Humana. Il testo ripercorre la storia della moda dei decenni passati per approdare al presente, indagando l’anima slow del vintage e le tendenze attuali del settore legate all’economia circolare. In questo panorama, in continua evoluzione, è illustrato anche il modello Humana Vintage, analizzato come un vero e proprio caso studio che coniuga sostenibilità ambientale, unicità del prodotto e dimensione sociale.

Salone del libro di Torino 2022 — il libro “Il sogno nel cassetto” è stato presentato da Ulla Carina Bolin, presidente di Humana Italia e Luca Gilardi, responsabile del settore retail dell’organizzazione, anche all’evento torinese.

Rivedi — l’evento tenutosi il 14 giugno 2022 presso lo store Humana Vintage di via Vigevano a Milano in collaborazione con Philips e Tailoradio Srl, ha promosso il riutilizzo ricorrendo a modalità alternative come il recupero di schermi donati da Philips, divenuti un art wall digitale, simbolo e veicolo di messaggi di cambiamento. L’economia circolare si afferma anche attraverso questi eventi come schema vincente per rispondere alle sfide del presente, in chiave di business e di impatto sulle risorse del pianeta. Durante la giornata sono stati intervistati rappresentanti delle aziende Candiani SpA, Biova Project, Too Good To Go, Fashion Revolution e ZeroCO2. In media sono state raggiunte 15.200 persone da ciascun post, stories e video dell’evento pubblicati sul profilo Instagram di Humana Vintage.

“La terril grand-hornu” di Boltanski — anche gli eventi artistici rappresentano un valido canale per stimolare l’attenzione sul riuso e la lotta allo spreco. A febbraio 2022, Humana ha contribuito con 2 tonnellate di abiti neri alla composizione dell’opera dell’artista francese presente all’interno della mostra “Corpus Domini” organizzata a Palazzo Reale a Milano e visitata da 13.500 persone. Il prestito dei vestiti, restituiti a fine mostra e reimmessi nella filiera di Humana, ha dato inoltre modo di attivare una collaborazione tra i negozi Humana Vintage di Milano e l’Azienda produttrice della mostra per uno scambio di promozione commerciale.

Installazione artistica di Kaarina Kaikkonen — Humana ha fornito abiti, poi restituiti, per l’opera “Tied Together” dell’artista finlandese, allestita ad ottobre 2022 alla Rotonda di via Besana di Milano. Le oltre 1.500 camicie fluttuanti all’interno del colonnato tardobarocco erano involucri, memorie dei corpi che le hanno indossate, e, agli occhi di Humana, espressione della volontà di continuare a esistere.

Heroes Festival — edizione 2022, evento interamente dedicato alla sostenibilità ambientale, il cui programma prevedeva anche tre concerti all’Arena di Verona, performance e installazioni diffuse con la direzione artistica della cantante Elisa. Humana ha anche preso parte al talk “Raccontare ed esercitare la sostenibilità umana e ambientale”.

Festival del riuso — si è rinnovato l’impegno di Humana verso il Tavolo del Riuso di Torino, una realtà che riunisce i principali soggetti piemontesi che operano nell’ambito del recupero di abbigliamento, arredi e beni durevoli, che a dicembre 2021 ha dato vita al “Primo Festival Nazionale del Riuso”. La presidente di Humana, Ulla Carina Bolin, ha preso parte al talk “Fast Fashion o Trash Fashion, il tessile usato tra raccolta differenziata e Responsabilità Estesa del Produttore” che ha visto la partecipazione di stakeholder del settore, associazioni ed esperti per far luce sulle novità normative legate

Gli eventi di promozione sociale e ambientale aiutano a diffondere la mission di Humana.

all’obbligatorietà della raccolta del tessile e all’applicazione della responsabilità estesa del produttore.

WHITE Milano — a settembre 2022 Humana, invitata dagli organizzatori come attore virtuoso dell’economia circolare nel settore tessile e moda, ha partecipato al confronto “L’impatto positivo della circolarità: ambientale e sociale”.

Ecoforum — a dicembre 2022 Humana ha preso parte al panel “Economia circolare nel settore tessile”, organizzato a Novara da Legambiente Piemonte e Val d’Ossola.

Humana Talk “World Teachers’ Day, Teachers as changemakers” — l’evento online tenutosi il 5 ottobre 2021, nella Giornata Internazionale degli Insegnanti, è stato dedicato al tema dell’istruzione e

dei progetti di Humana People to People in quest’ambito, permettendo a Humana Italia di presentare in dettaglio il programma NeTT (The Necessary Elementary Teacher Training Programme – si veda pag. 101) di Humana India.

Agli eventi di promozione sociale, si aggiungono iniziative di solidarietà diretta. Humana ha donato abiti ad associazioni territoriali impegnate nella distribuzione di generi di prima necessità e indumenti. Tra queste l’**Associazione Oltre i Perimetri** che gestisce l’iniziativa “Guardaroba Amico” a Settimo Milanese; la **Croce Rossa di Lainate** che ha ricevuto capi invernali distribuiti dalle unità di strada alle persone senza fissa dimora.



Venice Sustainable Fashion Forum 2022

La **sostenibilità del settore moda** è stato il tema portante del primo summit internazionale dedicato alla transizione sostenibile del comparto. Tenutosi a Venezia il 27 e 28 ottobre 2022, l'evento **Venice Sustainable Fashion Forum** è stato organizzato da The European House Ambrosetti, dalla Camera Nazionale della Moda Italiana, Confindustria Venezia, Area Metropolitana di Venezia e Rovigo, Sistema Moda Italia, con il patrocinio di Assocalzaturifici, per lanciare un appello condiviso tra gli attori di filiera finalizzato a stimolare la necessaria transizione ecologica del settore. A sostegno di questo processo, ancora rallentato dalla carenza di dati e di strumenti di misurazione standardizzati, sono intervenuti professionisti di filiera, brand, istituzioni, associazioni e rappresentanti del mondo dell'industria e dell'impresa.

L'urgenza è dovuta anche all'obbligo che impone a circa 1.000 aziende europee dei settori fashion e lusso di rendere pubbliche le proprie performance quantitative di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2023. Di queste, 300 sono italiane e avvertono il tema come strategico in considerazione dei circa 100 miliardi di fatturato annuo. Ragione per cui l'industria nazionale della moda ha il dovere e l'onere di essere al centro del dibattito globale del settore e indicare una strada per la riduzione degli impatti ambientali, sociali ed economici che genera questa industria.

In questo contesto, Ulla Carina Bolin, responsabile di Humana in Italia, è intervenuta durante la prima giornata dal titolo "Just fashion transition" nella sessione "Environmental, social and economic impacts of fashion supply chain in a changing world" insieme a Shaway Yeh, Federico Marchetti e Carlo Carraro, moderata da Andrea Cabrini.

5.7 CON LE SCUOLE E LE UNIVERSITÀ

Scuole, università e accademie rappresentano per Humana luoghi privilegiati per stabilire un contatto collaborativo con i cittadini più giovani, spesso i più ricettivi rispetto ai messaggi promossi dall'organizzazione.

Nel corso del 2020 e 2021, l'eccezionale situazione pandemica non ha consentito la partecipazione in presenza dei nostri operatori presso gli istituti scolastici, impedendo la realizzazione di interventi nelle **scuole primarie e secondarie**. Tuttavia, nel 2022, abbiamo ripreso le nostre sessioni didattiche, presentando un'offerta formativa rinnovata.

Il progetto "Noi sì che abbiamo della stoffa – piccoli gesti che trasformano il mondo" ha coinvolto nella provincia di Verona oltre 2.700 studenti delle scuole primarie e secondarie di primo grado. I laboratori proposti "Olimpiadi della differenziata", "Le 5 ERRE", "La via dei jeans" e "Abracastoffa" ha permesso a bambini e ragazzi di addentrarsi nel mondo dei temi ambientali attraverso le informazioni teoriche e le esperienze dirette di creazione di prodotti generati dal riutilizzo di vari materiali in particolare delle stoffe e degli abiti ormai non più indossabili.

In alcune scuole sono state organizzate raccolte straordinarie di abiti. In particolare, l'11 novembre 2022, in occasione della Giornata Mondiale della Gentilezza, in una scuola elementare di Cornaredo (MI) sono stati coinvolti 240 bambini attraverso un intervento formativo sull'attività di Humana, seguito dalla raccolta degli indumenti. Nello stesso periodo, con l'iniziativa "I rifiuti sono fuori moda!", Humana ha coinvolto 100 studenti dell'istituto superiore P. Gobetti di Scandiano (RE) in uno swap party preceduto da una giornata di educazione ambientale

realizzata con il patrocinio del Gruppo Iren, il coordinamento di Eduiren e la collaborazione con CEAS Terre Reggiane Tresinaro Secchia e gli insegnanti. L'evento è stato inserito nelle iniziative della Settimana Europea sulla riduzione dei rifiuti (SERR) e ha raggiunto l'obiettivo di stimolare nei ragazzi una profonda riflessione su come il nostro stile di vita, basato sul consumo ininterrotto di vestiti, sia da tempo insostenibile per le risorse del pianeta, fonte di inquinamenti irreparabili e ingiustizie sociali nei Paesi di produzione.

Gli incontri dedicati a bambini e ragazzi hanno un'impronta informativa, teorica e pratica, mirata ad accrescere la conoscenza e la consapevolezza sui temi della solidarietà e della tutela ambientale. Humana cerca così di sviluppare la sensibilità degli studenti verso ciò che li circonda, stimolandoli a una maggiore responsabilizzazione.

Nelle collaborazioni con **università e istituti accademici**, pur mantenendo gli obiettivi d'informazione e sensibilizzazione, come nel caso della testimonianza offerta a 48 studenti del corso di laurea magistrale "Comunicazione sociale e istituzionale" dell'Università Statale di Milano, le iniziative possono produrre progetti concreti che vedono gli studenti partecipare attivamente. Un esempio è rappresentato dagli studenti del Master in Fashion Design dell'accademia di moda Domus Academy di Milano che a luglio 2021 hanno presentato presso il negozio Humana Vintage di via De Amicis 43 a Milano la capsule collection ricavata dal riutilizzo di abiti rimasti invenduti negli shop Humana Vintage. Il progetto diretto dalla stilista Marina Spadafora, mirava a mostrare l'impatto positivo che la moda può avere ricercando nuove opportunità nella logica del riutilizzo, riciclo e riuso.

Humana cerca così di sviluppare la sensibilità degli studenti verso ciò che li circonda, stimolandoli a una maggiore responsabilizzazione.

Anche gli studenti di Accademia del Lusso a luglio 2022, durante il Final Show organizzato annualmente dall'istituto per mostrare le creazioni dell'anno accademico concluso, hanno presentato outfit, composti in parte da abiti forniti da Humana, con rimandi agli equilibri tra uomo e natura, inneggiando alla sostenibilità.

In occasione di **Next Vintage 2022**, Humana ha collaborato con IED Moda Milano per l'evento "Up Recycling Project", durante il quale 12 fashion designer dello IED hanno esposto nelle sale del Castello di Belgioioso (PV) i risultati di una customizzazione in cui gli abiti second hand, forniti da Humana, sono diventati pezzi unici per le grandi occasioni, dall'impronta haute couture.

Nell'ambito del **Festival dello Sviluppo Sostenibile 2021**, Humana è intervenuta come relatore all'evento "Obiettivo Carbon Neutrality" tenutosi presso l'Università di Pavia per dare evidenza al ruolo che il settore non profit può avere nel raggiungimento di tale risultato.

Humana ha inoltre presentato ai 20 studenti del Master Executive in Design, Creatività e Pratiche Sociali dell'Accademia Unidee (Fondazione Pistoletto) di Biella le prossime sfide dell'economia circolare che il settore tessile e dell'abbigliamento, il secondo più inquinante al mondo dopo quello petrolifero, dovrà necessariamente affrontare per ridurre il proprio impatto ambientale e garantire salute e sicurezza ai propri lavoratori.

5.8 COMUNICAZIONE

La promozione sociale e ambientale comporta inevitabilmente la diffusione dei messaggi di cui Humana si fa latrice. La comunicazione dell'organizzazione è caratterizzata dall'integrazione di contenuti istituzionali attinenti alla mission con informazione e promozione di attività specifiche, progetti, eventi così come dei temi della solidarietà e sostenibilità, dell'economia circolare, della cooperazione allo sviluppo, della donazione degli abiti, del volontariato e delle partnership aziendali.

I canali web e social, il tradizionale ufficio stampa e gli eventi in presenza (segnaliamo tra gli altri la partecipazione alla trasmissione televisiva "Mi manda Rai tre") amplificano l'azione divulgativa di Humana. In tal senso, sempre maggiore è il contributo dei negozi Humana Vintage, Second Hand e Online sono vere e proprie vetrine della presenza sul territorio dell'organizzazione e consentono, in occasione delle inaugurazioni dei nuovi store e dei lanci delle nuove collezioni, di veicolare tematiche istituzionali per accrescere la consapevolezza degli acquirenti rispetto agli impatti sociali ed ambientali della donazione e dell'acquisto di abiti usati. Il blog presente sul sito istituzionale humanaitalia.org propone approfondimenti sulla cooperazione internazionale, senza trascurare il supporto di istituzioni, le partnership virtuose, i temi legati alla filiera dell'usato e le attività degli Orti di Comunità di Humana.

I canali web e social, il tradizionale ufficio stampa e gli eventi in presenza amplificano l'azione divulgativa di Humana.

Tabella 4 La comunicazione di Humana in numeri

Tema	2021	2022
Uscite mass media	→ 309	→ 419
Fanbase Social Network (FB, IG, LI)	→ IG: 2.773 → FB: 17.598 → LIN: 2.989	→ IG: 4.218 → FB: 18.069 → LIN: 4.122
Reach o impression Social Network (FB, IG, LI)	→ IG: 192.200 Impressions 141.500 Reach → FB: 865.945 Reach 61.889 Interazioni → LIN: dato non disponibile	→ IG: 3.100.000 Impressions 2.800.000 Reach → FB: 1.888.874 Reach 37.643 Interazioni → LIN: 8.416 visualizzazioni della pagina
Newsletter elettronica (n. contatti)	→ 14.700 (in media per ciascun invio)	→ 14.502 (in media per ciascun invio)
Notiziario (n. copie stampate 2021 – n. contatti 2022)	→ 1.085 copie	→ 3.451 contatti



PARTNER, ENTI E AZIENDE


**ORGANIZZAZIONI MEMBRI DELLA
FEDERAZIONE INTERNAZIONALE
HUMANA PEOPLE TO PEOPLE**

ADPP Mozambico
ADPP Angola
DAPP Malawi
DAPP Zambia
DAPP Zimbabwe
Humana People to People Brasile
Humana People to People Bulgaria
Humana People to People India
Humana People to People Lituania
Humana People to People Slovacchia


ENTI, ISTITUZIONI E AZIENDE

A&T 2000 spa
Accademia del Lusso
Accademia Unidee (Fondazione Pistoletto)
Achab Group
AICS (Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo)
AISEC (Associazione Italiana per lo Sviluppo dell'Economia Circolare)
AlSCO Italia srl
ALTIS Advisory, Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
Amazon
Amiat Gruppo Iren
Anima SGR
AOI (Cooperazione e Solidarietà Internazionale)
Aprica Spa (Gruppo A2A)
Associazione Oltre i Perimetri
Associazione Vivibalon (operatori del mercato storico Balon di Torino)
Assorecuperi (Associazione Nazionale delle Imprese operanti nel settore del recupero di rifiuti)
Asti Servizi Pubblici spa
Broni Stradella Pubblica srl
Candiani Denim
Carrefour Italia
Casalasca Servizi spa

CBRA- Consorzio di Bacino dei Rifiuti dell'Astigiano
CCS - Consorzio Chierese per i Servizi
CEC - Consorzio Ecologico Cuneese
Cem Ambiente spa
Cidiu Servizi spa
Cities4CSR
CLARA spa
CO.S.R.A.B. Consorzio Smaltimento Rifiuti Area Biellese
COGESA spa
Comune di Settimo Milanese (MI)
Condé Nast
Consorzio Comprensoriale per lo Smaltimento dei Rifiuti Urbani "Area Piomba Fino"
Consorzio Covar 14
Consorzio dei Comuni dei Navigli
Consorzio di Bacino Basso Novarese
Consorzio di Bacino Verona Due del Quadrilatero
Consorzio Obbligatorio di Bacino Unico del V.C.O.
Crédit Agricole FriulAdria
DHL Express
Diners
Diodoro Ecologia srl
Domus Academy
Ecoambiente srl
Ecoelpidiense srl
ESA-Com spa
Etra spa
EuRIC
Filatura Astro
Fondazione Banca del Monte di Lombardia
Fondazione Comunitaria Nord Milano
Fondazione San Zeno
Fondo di Beneficenza ed opere di carattere sociale e culturale di Intesa Sanpaolo
Gallerie Commerciali Italia
Giunko srl
Green Chic
Grundig/Beko
Gruppo Calzedonia
Gruppo HERA spa
Gruppo IREN spa
Gruppo Jakala
Hanes Italy Srl
ICESP (Italian Circular Economy Stakeholder Platform)
IED
Il Gigante spa
IPER La Grande I spa
KPMG spa
Lampoo
Lanieri
Linea Gestioni srl
MissUp
Nico
Occhio del Riciclone Cooperativa Sociale ONLUS
Original Marines
Otto per Mille della Chiesa Valdese
OVS
Patagonia
Pepco
Rete Nazionale Operatori dell'Usato
S.A.B.A.R Servizi srl
Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale
SASOM srl
SAVNO Servizi srl
Service 24 Ambiente srl
SIVE - Servizi Intercomunali Veronapianura srl
Solidarietà Provagliese Cooperativa Sociale ONLUS
Sustainability Makers
TEDxPadova
The Style Outlets
Tides Foundation (Patagonia)
UNES - U2 Supermercati
UNIRAU (Unione Imprese Raccolta Riuso e Riciclo Abbigliamento Usato)
Università di Pavia - M.U.S.T. (Marketing Utilities and Storytelling Techniques)
UTILYA srl
Valle Camonica Servizi srl
Viridea srl
Woolrich
Woolrich Outdoor Foundation



GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	Humana Italia ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard Global Reporting Initiative per il periodo 1° gennaio 2021 – 31 dicembre 2022
GRI 1 utilizzato	GRI 1 – Principi Fondamentali - versione 2021

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione		Commenti
		Paragrafo	Pagina	
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli sull'organizzazione	Nota metodologica - Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
		1.1 Chi siamo - La struttura organizzativa	40	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica - Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
		Gli ambiti di intervento prioritari e i contenuti del bilancio di sostenibilità	9	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica - Perimetro e scopo del Bilancio di Sostenibilità	8	
		3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera di Humana	81	
	2-4 Restatement delle informazioni	Nota metodologica - Tabella 1	12	
		3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana	86	
	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	26; 27	
1.2 Le performance economiche		46		
3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera di Humana		76; 80		
4.1 L'approccio di Humana		94		
2-7 Dipendenti	2.1 I collaboratori di Humana Italia	54		
	Informativa generale	61; 62		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione		Commenti
		Paragrafo	Pagina	
GRI 2: Informativa generale 2021	2-8 Lavoratori non dipendenti	2.5 Il personale esterno	60	
		Informativa generale	62; 63	
	2-9 Struttura e composizione della governance	1.1 Chi siamo - La struttura organizzativa	42	
		1.1 Chi siamo - La struttura organizzativa	42	
	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	7	
	2-23 Impegni assunti tramite policy	Piano di sostenibilità e il contributo agli SDG	10	
		1.1 Chi siamo - Vision, Mission e valori	40	
		1.1 Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'organizzazione	42	
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	1.1 Chi Siamo - Modello Organizzativo e Codice Etico	45	
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	1.1 Chi Siamo - Legalità e trasparenza nell'organizzazione	42		
2-28 Adesione ad associazioni	1.1 Chi Siamo	26		
	1.1 Chi Siamo - La struttura organizzativa	40; 42		
2-29 Coinvolgimento degli stakeholder	Nota metodologica - Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento	10		
2-30 Accordi di contrattazione collettiva	2.1 I collaboratori di Humana Italia	54		
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	1.2 Le performance economiche	46; 48	
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	4.2 Cooperazione e sviluppo nel mondo	96	
		Istruzione e formazione	102; 103	
	Prevenzione e tutela della salute	109		
	Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile	117		
	Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare	123		

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione		Commenti
		Paragrafo	Pagina	
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-2 Impatti economici indiretti significativi	3.3 Gli impatti positivi generati dalla filiera di valorizzazione degli abiti di Humana	86	
		4.2 Cooperazione e sviluppo nel mondo	96	
		Istruzione e formazione	101; 103; 105	
		Prevenzione e tutela della salute	109	
		Aiuto all'infanzia, sviluppo comunitario ed empowerment femminile	116; 117	
		Agricoltura sostenibile e sicurezza alimentare	123	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	1.1.Chi Siamo - Modello Organizzativo e Codice Etico	44; 45	
		205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	42	
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	88	Attualmente Humana Italia raccoglie dati limitatamente alla plastica dei balloni utilizzati nelle attività di raccolta
		301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	88	
GRI 305: Emissioni 2016	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	3.4 L'impegno per l'ambiente nella gestione dei processi	88	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	3.2 Vestiti usati: gli anelli della filiera di Humana	82 - 84	
		306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	82 - 84	
		306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	86	
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali			Nel biennio 2021- 2022 non sono stati inseriti nuovi fornitori
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Nota Metodologica - Tabella 1	13	
		2.1 I collaboratori di Humana Italia	54	
		Occupazione	63; 64	
		401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	13	
		2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione		Commenti
		Paragrafo	Pagina	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
		5.5 Con i volontari – salute e sicurezza dei nostri volontari	144	
		2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
		5.5 Con i volontari – salute e sicurezza dei nostri volontari	144	
		2.3 Formazione e crescita professionale	58	
		5.5 Con i volontari – salute e sicurezza dei nostri volontari	144	
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e di sicurezza	2.3 Formazione e crescita professionale	58	
		5.5 Con i volontari – salute e sicurezza dei nostri volontari	144	
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
		5.5 Con i volontari – salute e sicurezza dei nostri volontari	144	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2.5 Il personale esterno	60	
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro			Il Sistema di gestione si applica a tutti i dipendenti e collaboratori di Humana Italia
	403-9 Infortuni sul lavoro	2.4 Salute, sicurezza e benessere	59	
		2.5 Il personale esterno	60	
		Salute e sicurezza sul lavoro	65; 66	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	2.3 Formazione e crescita professionale	58	
		Formazione e istruzione	66	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra dipendenti	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	56	
		Diversità e pari opportunità	67; 68	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione registrati e misure correttive adottate	2.2 Pari opportunità e multiculturalismo	56	
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali			Nel biennio 2021-2022 non sono stati inseriti nuovi fornitori

GRI Standard	Disclosure	Ubicazione		Commenti
		Paragrafo	Pagina	
GRI 415: Politica pubblica	Contributi politici			Nel biennio 2021 e 2022 non sono stati erogati contributi politici finanziari e in natura, direttamente o indirettamente
GRI 416: 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 di Humana	80; 83	
G4 NGO Sector Disclosures	DMA Sector Disclosure (former NG07)	Nota Metodologica - Tabella 1	13	
		1.2 Le performance economiche	48	
	NGO8 Fonti di finanziamento per categoria, 5 donatori principali di denaro e valore monetario del loro contributo	Nota Metodologica - Tabella 1	13	
		5.1 Fare rete per la cultura della sostenibilità e della solidarietà	135	



Sede legale

Via Bergamo, 9B-C
20006 Pregnana Milanese (MI)
Tel. 02 9396401
info@humanaitalia.org



Sedi operative

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

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

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

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

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

I nostri negozi

HUMANA VINTAGE ONLINE
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

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

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
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

RACCOLTA INDUMENTI
raccoltaviestiti.humanaitalia.org

NEGOZI
www.humanavintage.it

