

# RSI

# LA DADDA DOLA DEI

# FO

Presentando la nostra 3a edizione del Bilancio di Carbonio di IZIPIZI guardiamo con orgoglio, ma anche con umiltà, tutta la strada che abbiamo percorso dal 2019. Rimaniamo però convinti che le azioni valgano molto più delle parole, per questo continueremo a impegnarci giorno dopo giorno per raggiungere i nostri obiettivi e fare il possibile per non sovraccaricare un ambiente che ci sta già lanciando dei messaggi forti.

Oggi, siamo molto felici di constatare che IZIPIZI sta andando nella direzione giusta, e che stiamo facendo dei progressi incoraggianti. Vederci avanzare in modo sano verso la nostra ambizione non è solo una sfida da vincere, ma anche un vero piacere. Acquisiamo continuamente esperienza, granularità e mezzi per anticipare le problematiche e identificare in modo repentino e trasversale le nostre aree di miglioramento.

La riduzione del 50% della nostra impronta di carbonio entro la fine del 2023 è il più audace degli obiettivi che ci eravamo fissati nel 2019. Ci siamo vicini: il Bilancio di Carbonio del 2021 ha convalidato tutte le direzioni e i cambiamenti che abbiamo intrapreso negli ultimi quattro anni.

Parallelamente a queste azioni a favore del pianeta, abbiamo portato avanti anche diverse cause nelle quali IZIPIZI ha sempre creduto fin dai suoi albori: il sostegno materiale, economico o di competenze a favore di enti di beneficenza, oltre al benessere, la crescita e il coinvolgimento dei nostri collaboratori all'interno della società.

Perché se oggi facciamo del nostro meglio per rendere il pianeta un posto migliore in cui vivere, vogliamo che donne e uomini più felici possano goderne i frutti. Magari anche attraverso i nostri occhiali.

*Charles*  
*Xavier*  
*Prudent*

## LA PAROLA DEI FONDATORI

\*Attualmente stiamo raccogliendo i dati per la revisione del 2022.

# CONTENUTI

**04 OBIETTIVI**

**05 IMPRONTA DI CARBONIO**

**12 MATERIALI**

**15 FARE BENEFICENZA**

**18 PROGETTO UMANO**

**21 MANIFESTO**

**22 ALLEGATO**

# 2021

Nel 2021 abbiamo individuato due principali linee d'azione:

01

**RIDUZIONE DELLA NOSTRA IMPRONTA DI CARBONIO**

02

**MIGLIORAMENTO DEI NOSTRI MATERIALI**



# 2022

Nel 2022 abbiamo

**CONSOLIDATO LE NOSTRE AZIONI SOCIALI E SOCIETARIE,**

impegnandoci sia nei confronti dei nostri collaboratori che degli enti di beneficenza.



IL NOSTRO PRIMO BILANCIO DI CARBONIO,  
BASATO SULLE EMISSIONI DEL 2019, CI HA  
PERMESSO DI FISSARE L'OBIETTIVO DI

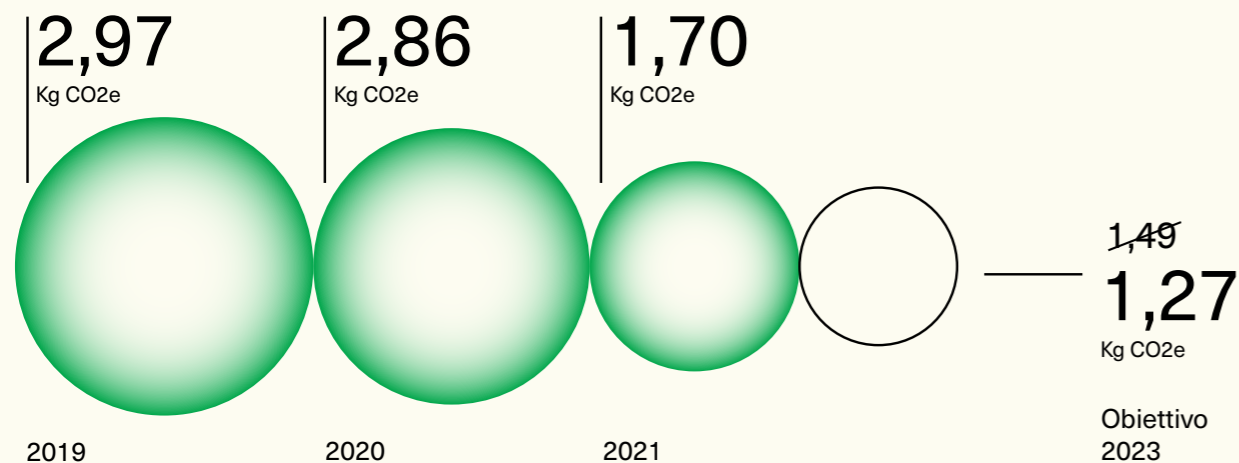
**RIDUZIONE DEL**

**500%**

**ENTRO FINE  
2023**

PER RAGGIUNGERE  
1,27 KG DI CO<sub>2</sub> PER  
PAIO DI OCCHIALI.

# RIDUZIONE DEL 50% ENTRO FINE 2023



## IMPRONTA DI CARBONIO DI UN PAIO DI OCCHIALI

### I numeri

Nel primo Bilancio di Carbonio, le nostre emissioni per l'anno 2019 erano stimate a 2,55 kg. Nel 2020 abbiamo arricchito questo dato, per constatare che questa prima stima doveva essere rivalutata a 2,97 kg. Tuttavia, non abbiamo modificato il nostro obiettivo finale: 1,27 kg di CO2 - che avrebbero potuto trasformarsi in 1,49 kg. Il nostro obiettivo è ambizioso, ma siamo fiduciosi di poterlo realizzare.

Ogni anno monitoriamo quindi le emissioni di ciascun settore di attività, in modo da valutare l'efficacia delle azioni e adattare.

Oggi possiamo analizzare il nostro **3° Bilancio di Carbonio**, relativo all'**attività del 2021**.

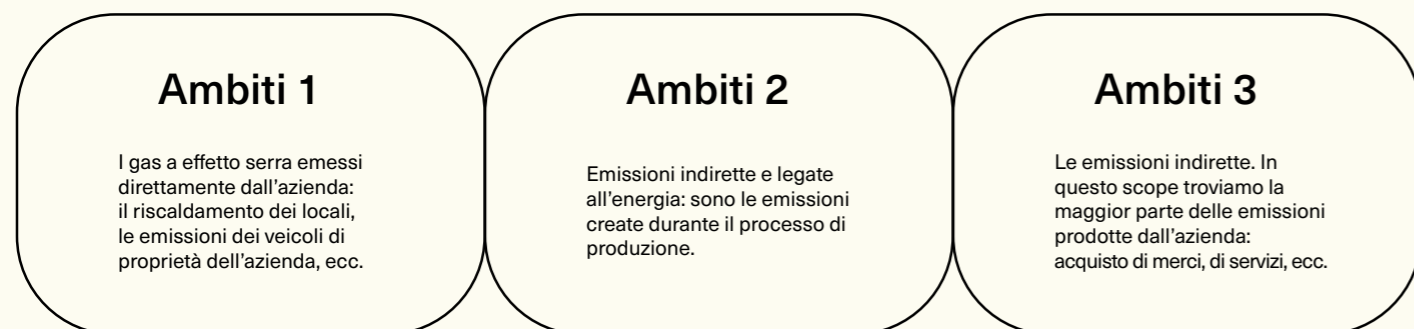
Questo intervallo è giustificato dal tempo necessario alla raccolta e all'elaborazione dei dati sulle emissioni: l'anno di esercizio deve essere concluso prima di poter raccogliere, organizzare e analizzare i dati. Sul lungo termine, ci piacerebbe poter monitorare le emissioni su base semestrale, o addirittura trimestrale.

## Di che si tratta?

Dal 2019 elaboriamo il nostro Bilancio di Carbonio annuale analizzando i 3 scopes definiti dall'ADEME, l'Agenzia francese per l'ambiente e l'energia.

Nel 2019 abbiamo identificato le nostre principali fonti di emissioni e abbiamo definito un piano d'azione con l'obiettivo di **dimezzare la nostra impronta di carbonio entro la fine del 2023**.

### Ambiti definiti da ADEME



## A che punto siamo?

L'anno scorso abbiamo arricchito il perimetro di calcolo includendovi anche i dati relativi alla nostra attività digitale. I risultati, stabili rispetto al primo anno, dovevano essere studiati alla luce del contesto pandemico.

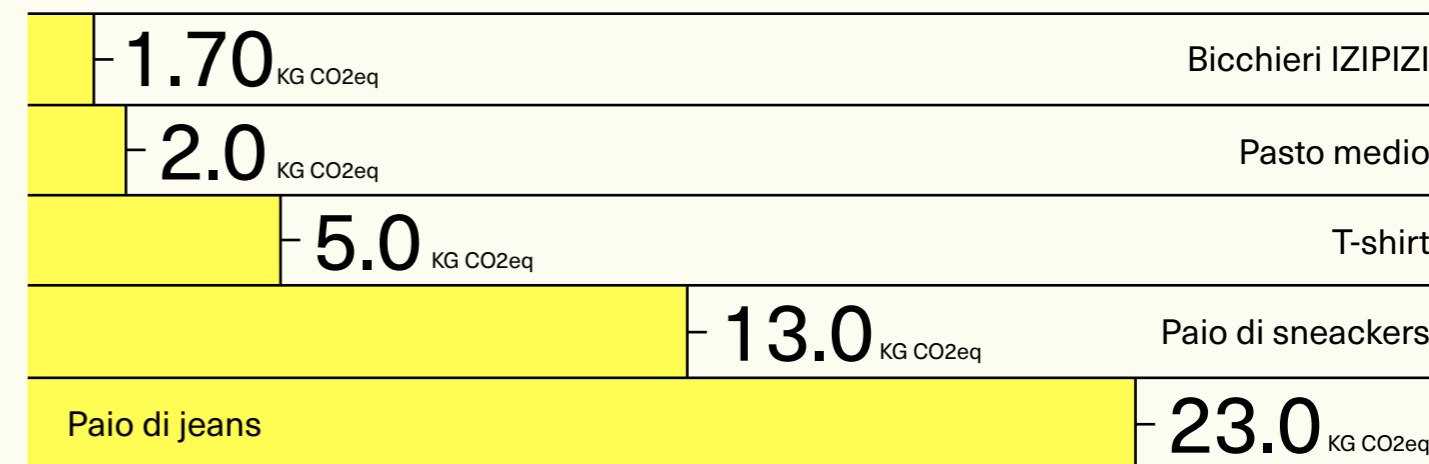
Il Bilancio di Carbonio 2021 corrisponde al **primo anno nel quale abbiamo introdotto le azioni correttive** per ridurre le nostre emissioni.

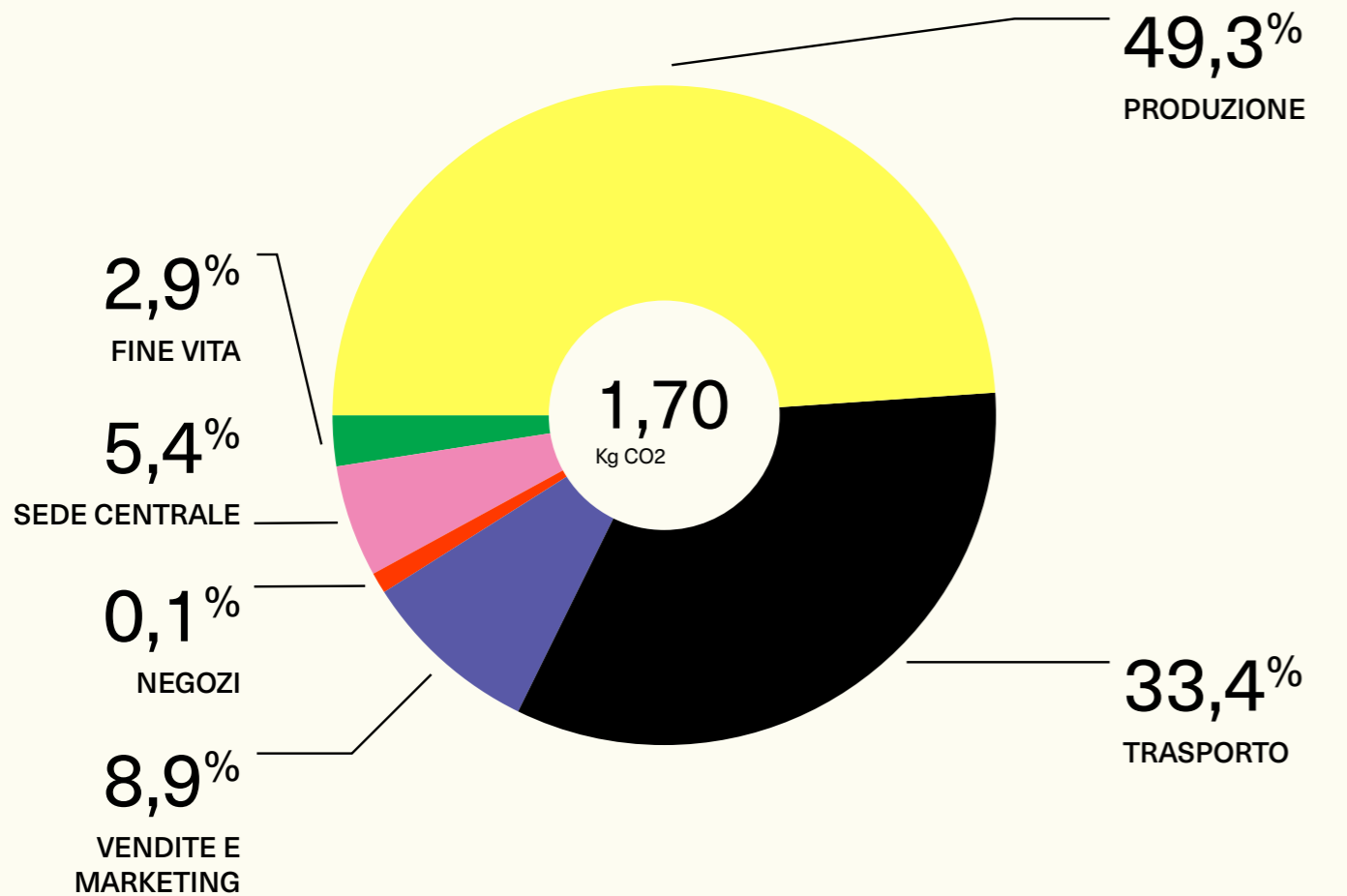


In questo processo siamo affiancati da Carbo, una soluzione 100% digitale che ha la missione di aumentare la consapevolezza in materia di ecologia per ridurre la nostra impronta di carbonio, realizzando un Bilancio di Carbonio semplice, completo (basato sui 3 scopes\*) e chiavi in mano.

### MESSI A CONFRONTO

Con diverse impronte di carbonio





EMISSIONI 2021 PER SETTORE DI ATTIVITÀ

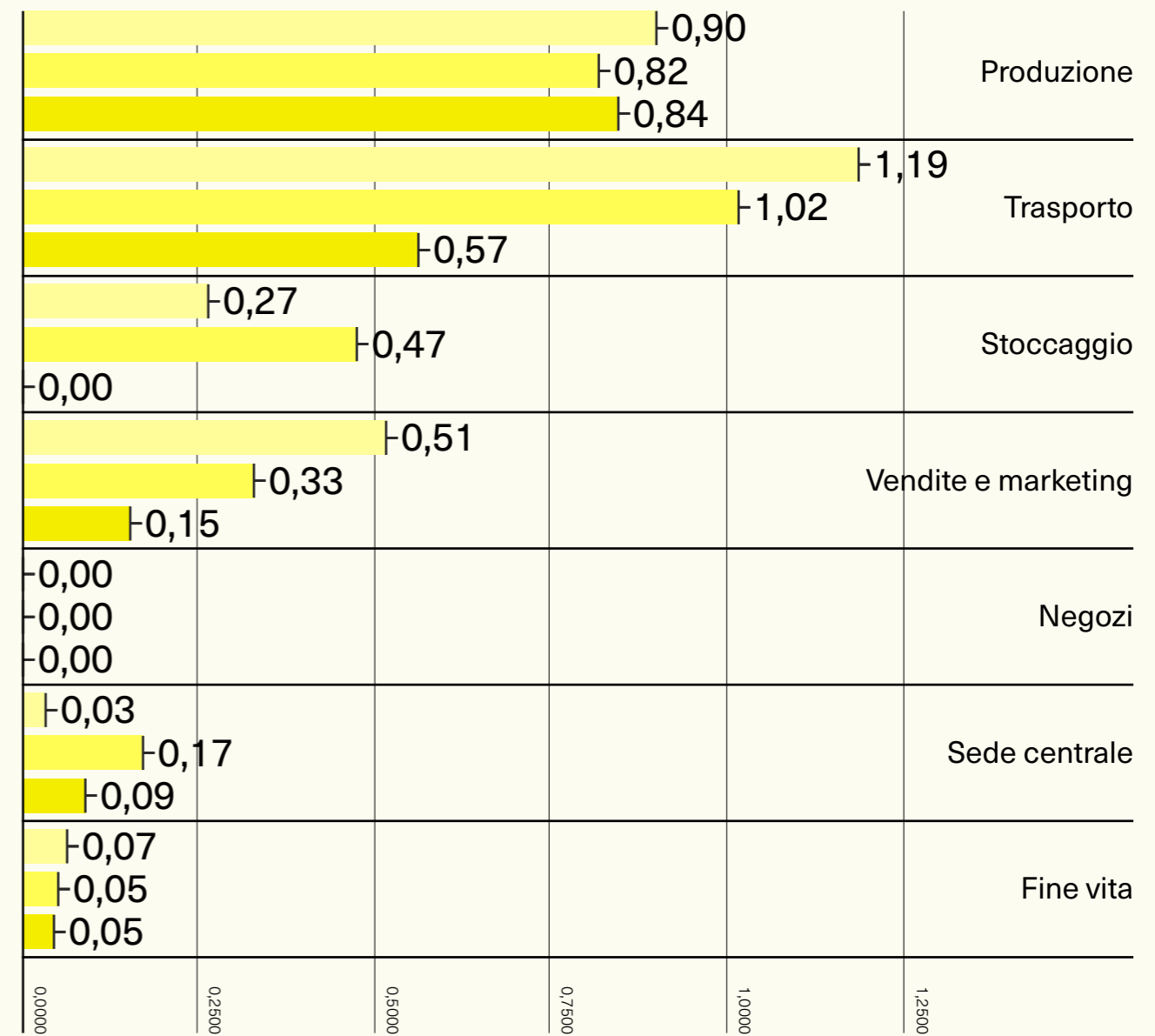
Come per i due anni precedenti, anche nel 2021 i trasporti e la produzione rappresentano le principali fonti di emissioni sulle quali concentriamo i nostri sforzi.

Le emissioni legate al trasporto si sono dimezzate rispetto al 2019 grazie all'attuazione della strategia di riduzione delle spedizioni per via aerea, che ha richiesto una radicale revisione dei nostri processi interni.

Per quanto riguarda la produzione, abbiamo arricchito i dati includendovi anche le informazioni dei nostri fornitori secondari. Le azioni condotte sul rinnovo dei materiali hanno consentito di ridurre le emissioni globali correlate a questa fonte rispetto al 2019, nonostante le emissioni legate ai consumi di energia elettrica siano aumentate con il numero di occhiali prodotti (ricordiamo che il 2020 è stato un anno di pandemia).

Abbiamo inoltre ridotto le emissioni legate ai viaggi professionali e perfezionato la raccolta di dati sulla pubblicità, ottenendo così una diminuzione delle emissioni dalla fonte «Vendite e marketing»: più che gli elementi finanziari, abbiamo preso in considerazione i materiali utilizzati e il luogo di produzione. Lo stesso è avvenuto con le emissioni legate allo stoccaggio: abbiamo considerato i dati sull'elettricità utilizzata dal nostro magazzino invece di quelli finanziari legati alla spedizione degli occhiali.

Per ciò che riguarda i negozi, le nostre emissioni non si sono azzerate ma sono minime rispetto alle altre fonti di emissioni.



2019 2020 2021

EVOLUZIONE DELLE EMISSIONI PER SETTORE DI ATTIVITÀ (kg CO2)

## Domani

Portiamo avanti tutti insieme i nostri sforzi di riduzione con l'obiettivo di raggiungere il -50% di emissioni entro la fine del 2023.

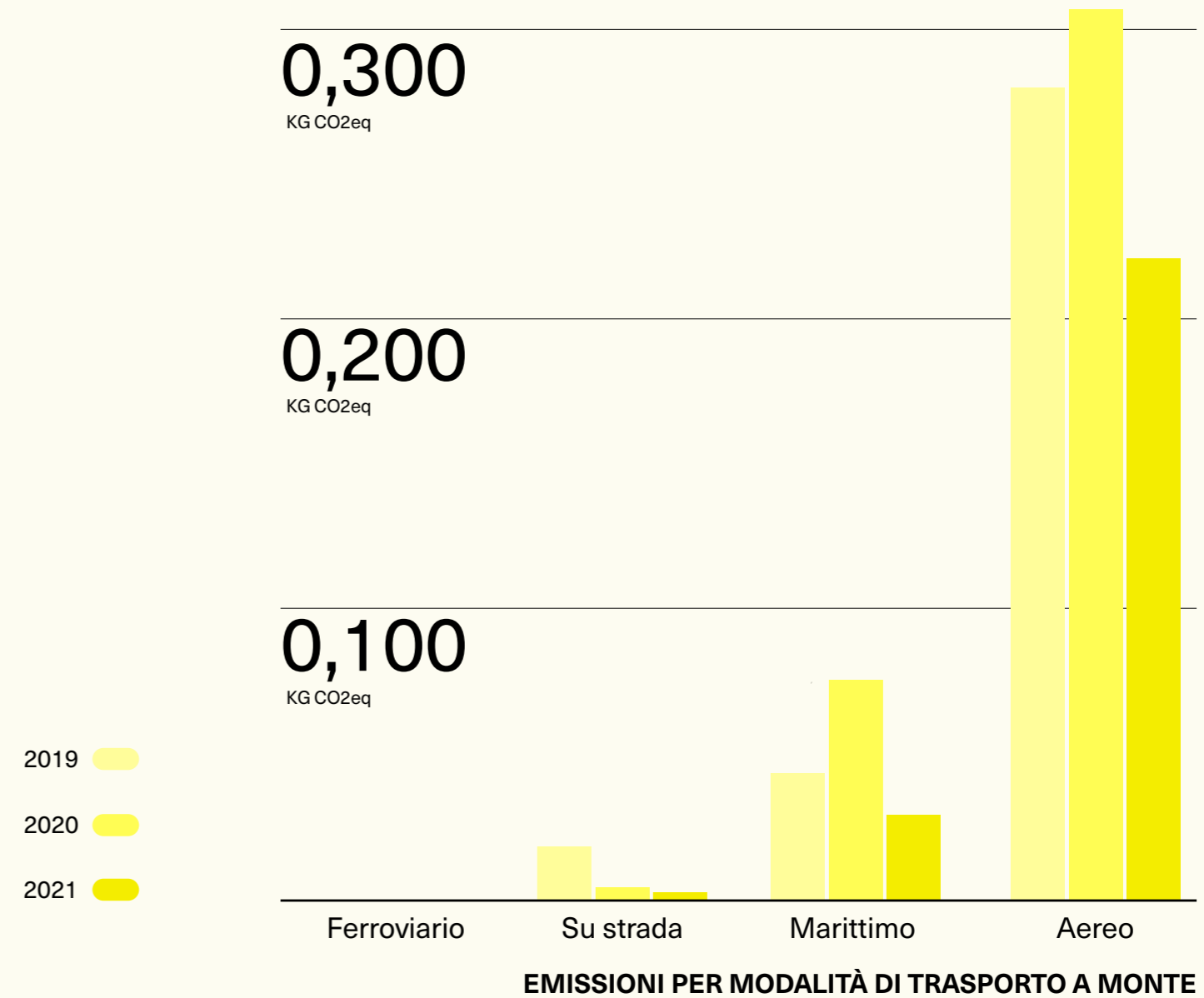
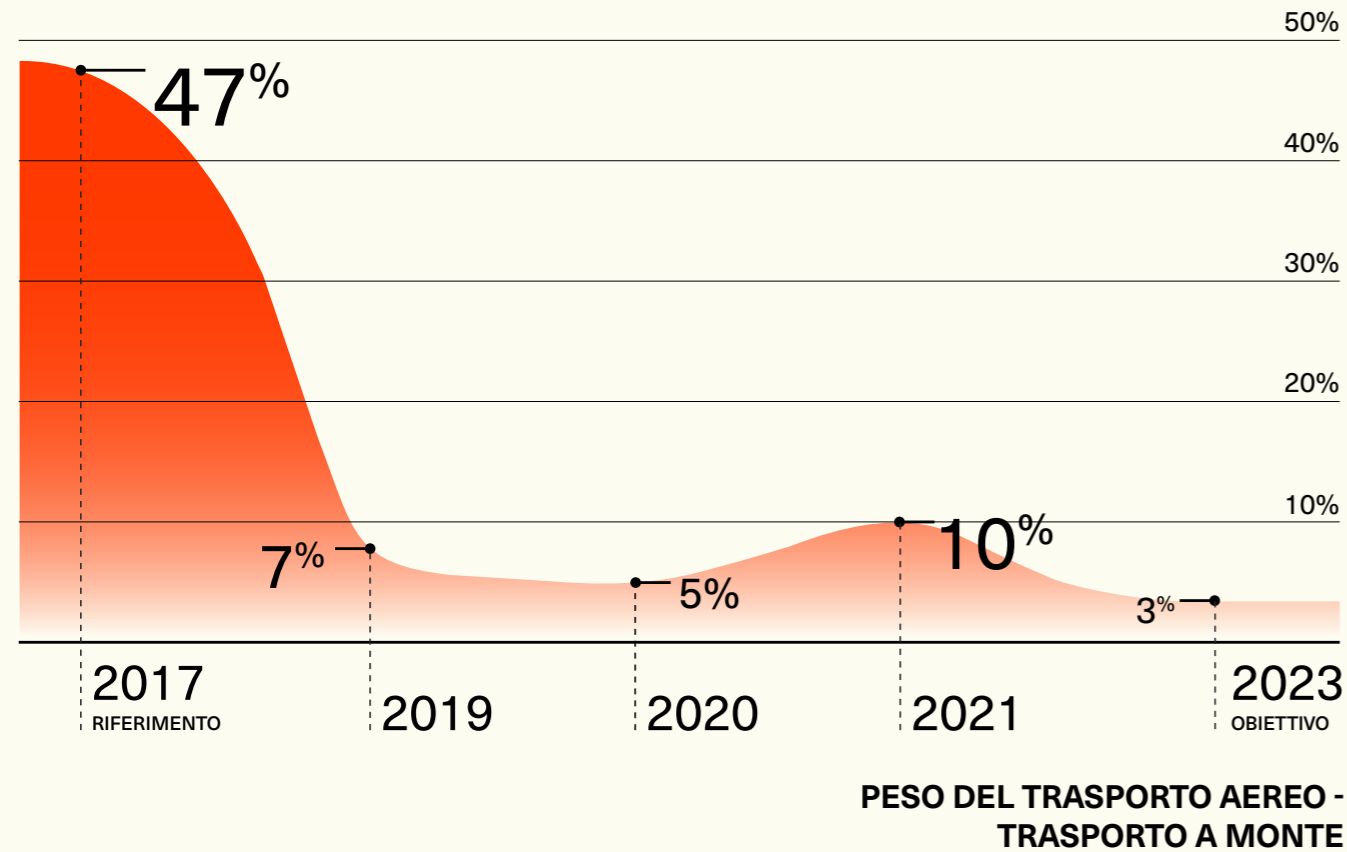
Per rendere le diverse unità più autonome nella gestione delle relative emissioni e orientare di conseguenza le proprie attività, cerchiamo di strutturare i nostri strumenti in modo da offrire una maggiore visibilità sui dati.

Dopo aver raggiunto il nostro obiettivo, studieremo le possibilità per ridurre ulteriormente le nostre emissioni, in particolare per ciò che riguarda la gestione del fine vita degli occhiali.

Scoprite tutti i dettagli delle nostre azioni nelle pagine seguenti!



# 3% DI TRASPORTO AEREO ENTRO FINE 2023



## Di che si tratta?

Ci riferiamo al **trasporto delle merci dai nostri impianti di produzione in Asia verso il magazzino di stoccaggio francese.**

## A che punto siamo?

I nostri sforzi ci hanno permesso di ridurre di oltre un quarto le nostre emissioni rispetto al 2019.

Questo aumento nell'area dei trasporti rispetto all'anno precedente è dovuto a una sottostima delle nostre prestazioni commerciali, che ha richiesto il ricorso a modalità di spedizione rapide. Abbiamo dovuto optare per questa soluzione anche a causa di alcuni ritardi di produzione che non avevamo previsto.

Nel 2021 il trasporto aereo rappresenta ancora il **10% delle nostre modalità di trasporto a monte, pari a quasi il 90% delle emissioni per questa fonte.**

## Domani

Manteniamo il nostro obiettivo di raggiungere il **3% di trasporto aereo entro fine 2023.**

Abbiamo imparato dai nostri errori del 2021 e abbiamo aumentato le scorte di sicurezza sui nostri prodotti best seller, in modo da poter affrontare i picchi di attività e **prevenire il ricorso al trasporto aereo in caso di emergenza.**

Continuiamo inoltre a lavorare sulla regionalizzazione dei nostri centri di stoccaggio e di produzione per **ridurre le distanze percorse dai nostri occhiali.**

Avremo comunque una parte di trasporto tra questi luoghi, per questo stiamo studiando nuove possibilità di riduzione come la scelta di **fonti energetiche a basse emissioni** per gli approvvigionamenti marittimi (biocarburanti, ecc.).



# AUMENTARE LA PERCENTUALE DI TRASPORTO SU STRADA: 80% PER IL B2B E 60% PER IL B2C

## Di che si tratta?

Il trasporto a valle riguarda la **spedizione dal magazzino verso i nostri negozi e rivenditori**.

Come per il trasporto a monte, anche qui l'aereo è la modalità di trasporto che produce più emissioni. Vogliamo quindi **favorire le soluzioni di trasporto su strada** per ridurre al massimo le nostre emissioni.

## A che punto siamo?

Tra il 2019 e il 2021 abbiamo **ridotto di oltre il 60% le nostre emissioni su questa fonte**, limitando il trasporto aereo. Questa modalità di trasporto nel 2022 riguarda meno del 30% delle spedizioni B2B e il 50% delle spedizioni B2C, pari al 90% delle nostre emissioni.

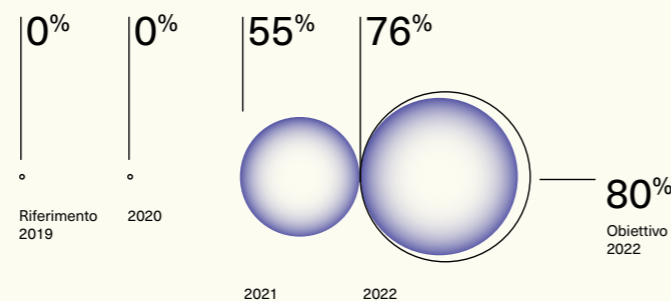
In confronto, **il trasporto su strada rappresenta oggi il 72% delle spedizioni B2B e il 50% delle spedizioni B2C**, pari a meno del 2% delle nostre emissioni!

Abbiamo quindi l'obiettivo di **incoraggiare i nostri clienti a scegliere le spedizioni su strada**, anche se le tempistiche sono più lunghe.

Parallelamente a questa iniziativa di riduzione, abbiamo iniziato a lavorare con **fornitori di servizi di trasporto che compensano le proprie emissioni**: Chronopost, oltre al programma Go Green di DHL.

Nel 2021 ci eravamo dati l'obiettivo di compensare l'80% delle emissioni legate alle spedizioni B2C, incoraggiando i clienti online a scegliere queste soluzioni di trasporto attente all'ambiente. Abbiamo raggiunto il **76% a fine 2022**.

All'inizio dell'anno abbiamo esteso questa iniziativa anche alle **spedizioni B2B**, che corrispondono generalmente a ordini molto pesanti e quindi più inquinanti. Il 72% delle emissioni legate a queste spedizioni è stato compensato quest'anno.



VOLUMI DI SPEDIZIONE COMPENSATI - TRASPORTO A VALLE

## Domani

Portiamo avanti le nostre iniziative per ridurre le emissioni proponendo ai nostri clienti una **più ampia scelta di modalità di trasporto: incoraggiamo a privilegiare il trasporto su strada rispetto all'aereo**, con l'obiettivo di raggiungere **l'80% delle spedizioni B2B e il 60% delle spedizioni B2C su strada** entro la fine dell'anno.

Per il 2023 vogliamo inoltre **compensare l'80% delle emissioni legate alle spedizioni** sia sul B2B che sul B2C.



# RIDUZIONE DELLE EMISSIONI LEGATE ALLE MATERIE PRIME

## Di che si tratta?

Qui parliamo delle **emissioni legate alla produzione dei nostri occhiali** (escludendo quindi la produzione dei mobili e degli espositori). Queste emissioni sono legate al consumo di elettricità, alle materie prime, ai rifiuti di produzione, ecc.

## A che punto siamo?

Per il Bilancio di Carbonio 2021 abbiamo arricchito i nostri dati integrando le emissioni legate ai fornitori secondari.

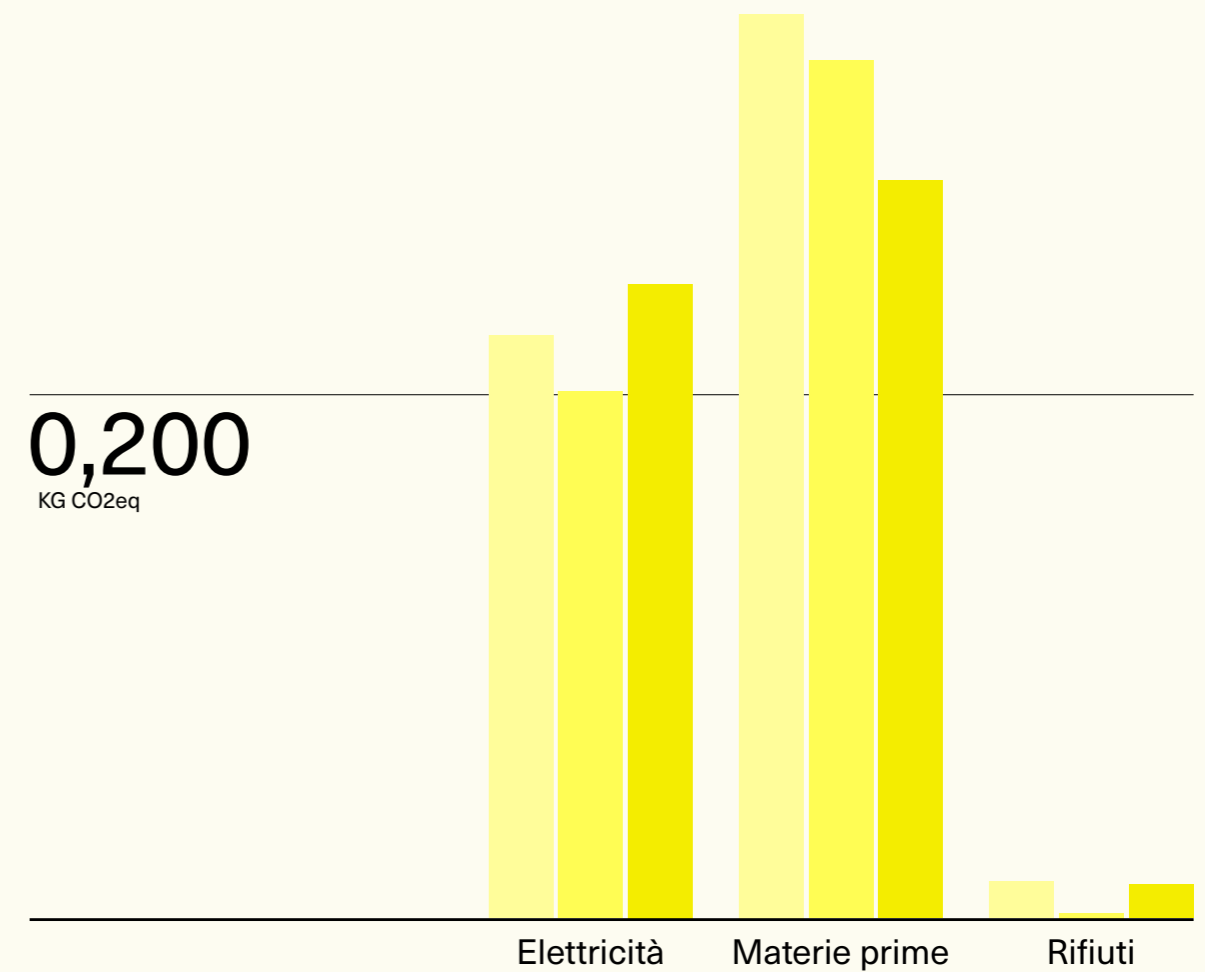
Come per gli anni precedenti, **le emissioni restano principalmente concentrate sulle fonti «Materie prime» e «Consumo di elettricità».**

In seguito al forte incremento dei volumi di produzione del 2021, le emissioni legate al consumo di elettricità sono aumentate (+20% rispetto al 2020), mentre quelle legate alle materie prime sono diminuite grazie all'introduzione di **nuovi materiali bio-based.**

0,400  
KG CO<sub>2</sub>eq

0,200  
KG CO<sub>2</sub>eq

- 2019 ■
- 2020 ■
- 2021 ■



EMISSIONI LEGATE ALLA PRODUZIONE

## Domani

Ci siamo impegnati a **rinnovare i nostri materiali** (vedi pag. 11) a favore di soluzioni più responsabili, continuando allo stesso tempo a **ridurre sia la quantità di materiale utilizzato** per produrre ogni paio di occhiali **che la quantità di materiale sprecato.** Abbiamo introdotto questi cambiamenti nel 2022 e dovremmo iniziare a vederne i frutti nel Bilancio di Carbonio 2023.

Nel 2021 non sono state condotte azioni concrete per ridurre i nostri consumi di elettricità. Vogliamo **coinvolgere al massimo i nostri partner nella riduzione delle emissioni,** guidandoli nella realizzazione del loro Bilancio di Carbonio entro fine 2024.

Per farlo, nel 2022 abbiamo redatto la nostra **Politica sugli acquisti responsabili,** che intendiamo trasmettere prossimamente ai nostri partner prima di definire insieme a loro le linee guida che li aiuteranno ad attuarla.

# OBIETTIVI VENDITE E MARKETING SCELTA DI SOLUZIONI DI TRASPORTO A BASSE EMISSIONI

## RAZIONALIZZAZIONE DEGLI STRUMENTI PUBBLICITARI

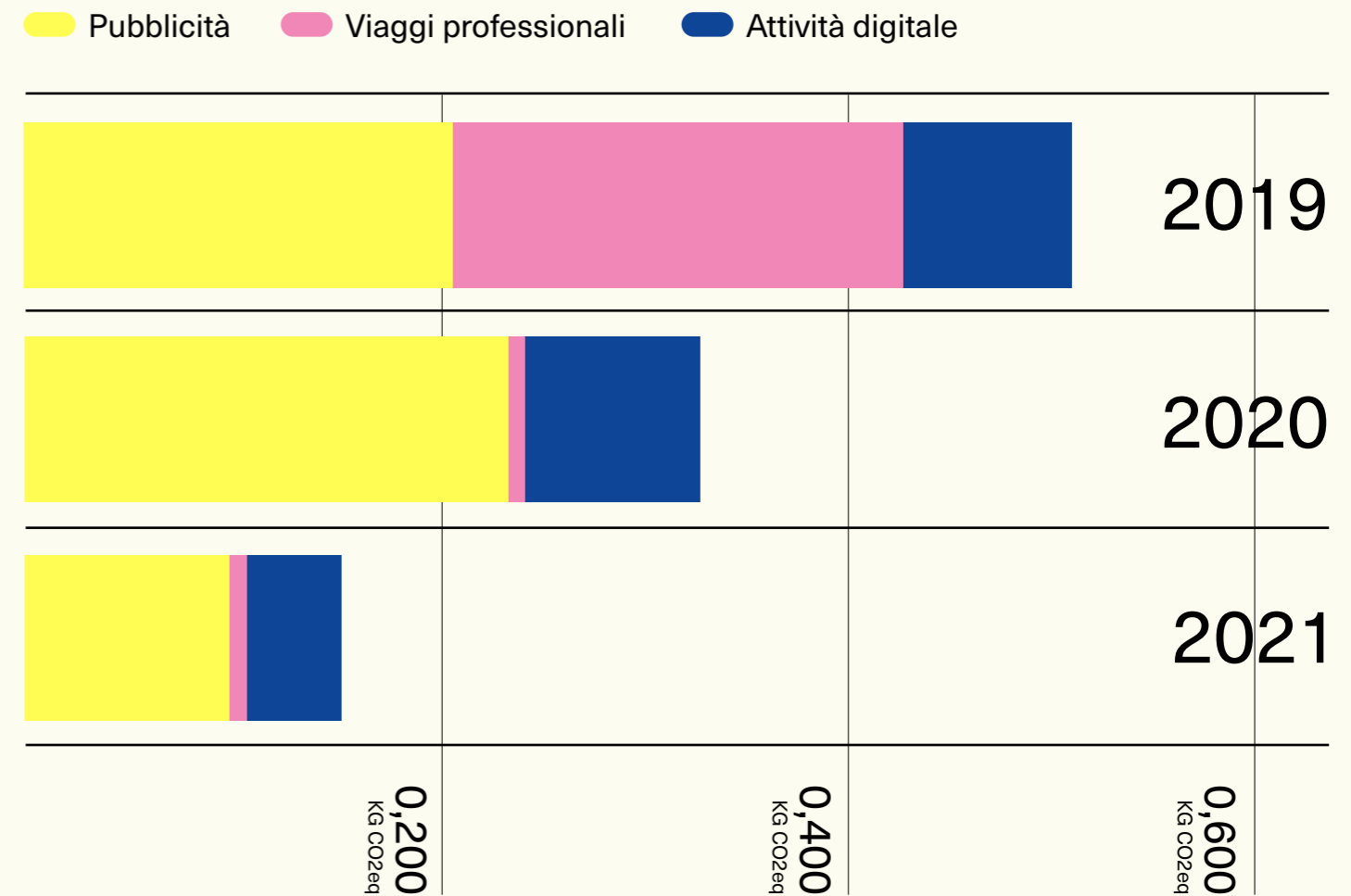
### Di che si tratta?

Questa fonte comprende le emissioni legate ai viaggi professionali, alle attività di promozione commerciale e all'attività digitale del nostro sito web.

### A che punto siamo?

Nonostante la ripresa delle attività nel 2021, le emissioni legate ai viaggi professionali restano molto basse: abbiamo **privilegiato gli spostamenti a basse emissioni** e iniziato a strutturare maggiormente i team a livello locale per **evitare le lunghe distanze**.

Più del 60% delle emissioni di questa fonte è legato alla pubblicità, principalmente online. Le nostre emissioni sono diminuite, ma questo calo è dovuto principalmente al **perfezionamento del nostro metodo di calcolo**: in precedenza avevamo tenuto conto solo del fattore finanziario. Oggi, invece, vengono presi in considerazione anche la materia prima, il luogo di produzione e il trasporto legati agli strumenti pubblicitari fisici.



EMISSIONI PER FONTE

### Domani

Forti di questi insegnamenti, portiamo avanti i nostri sforzi per ridurre ulteriormente queste emissioni:

- optando per **soluzioni di trasporto a basse emissioni**
- **razionalizzando i nostri strumenti pubblicitari** (fisici e digitali)
- scegliendo **materiali responsabili** (riciclati, riciclabili, ecc.) e una **produzione locale** quando possibile



ABBIAMO FISSATO COME OBIETTIVO  
ENTRO FINE 2023 DI REALIZZARE IL

**300%**

**DEI NOSTRI  
PRODOTTI CON  
UN MATERIALE  
BIO-BASED,**

VALE A DIRE UN MATERIALE  
RICAVATO IN PARTE DALLE  
PIANTE. PARALLELAMENTE,  
CONTINUIAMO AD ESPORARE  
POSSIBILITÀ ALTERNATIVE.

## OBIETTIVI MATERIALI

# 30% DI PRODOTTI BIO-BASED ENTRO FINE 2023

### Di che si tratta?

Dal 2018 siamo alla ricerca di **alternative più sostenibili al policarbonato** che compone i nostri occhiali. Un esercizio da veri equilibristi, perché vogliamo anche che i nostri occhiali rimangano accessibili.

Abbiamo identificato un nuovo materiale bio-based che soddisfa queste esigenze: è realizzato per il 45% con olio di ricino, quindi l'equivalente in meno di energie fossili.

### A che punto siamo?

Abbiamo inaugurato la transizione nel 2020 con il modello SLIM, poi abbiamo esteso l'uso di questo materiale ai nostri 2 nuovi modelli SPORT: SPEED e ZENITH nel 2021.

**Dal 2022, ogni nuovo modello è bio-based!**

Il nostro obiettivo è di **utilizzarlo per il 30% della nostra produzione entro fine 2023.**

Parallelamente, stiamo convertendo a questo materiale bio-based anche i modelli già esistenti. Ciò richiede una **completa revisione del nostro sistema di produzione**: i nostri strumenti industriali attuali non sono adatti per lavorare questo nuovo materiale. Dopo aver definito una tabella di marcia nel 2021, abbiamo finalmente introdotto i primi cambiamenti nel 2022.

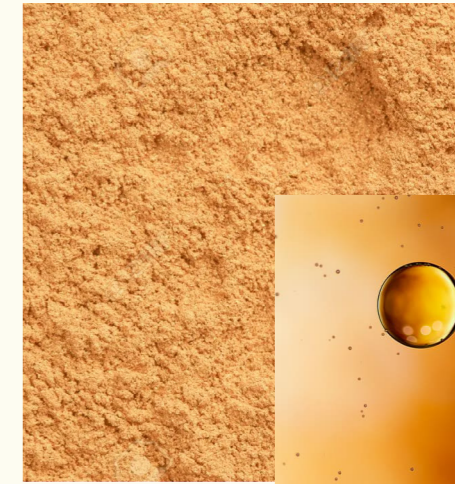
02 MATERIALI



Semi di ricino

01

02



Spremitura

03



Olio di ricino

## Metodo di produzione del nostro materiale bio-based

06



Paio di occhiali

Polimerizzazione



04

Materiale bio-based

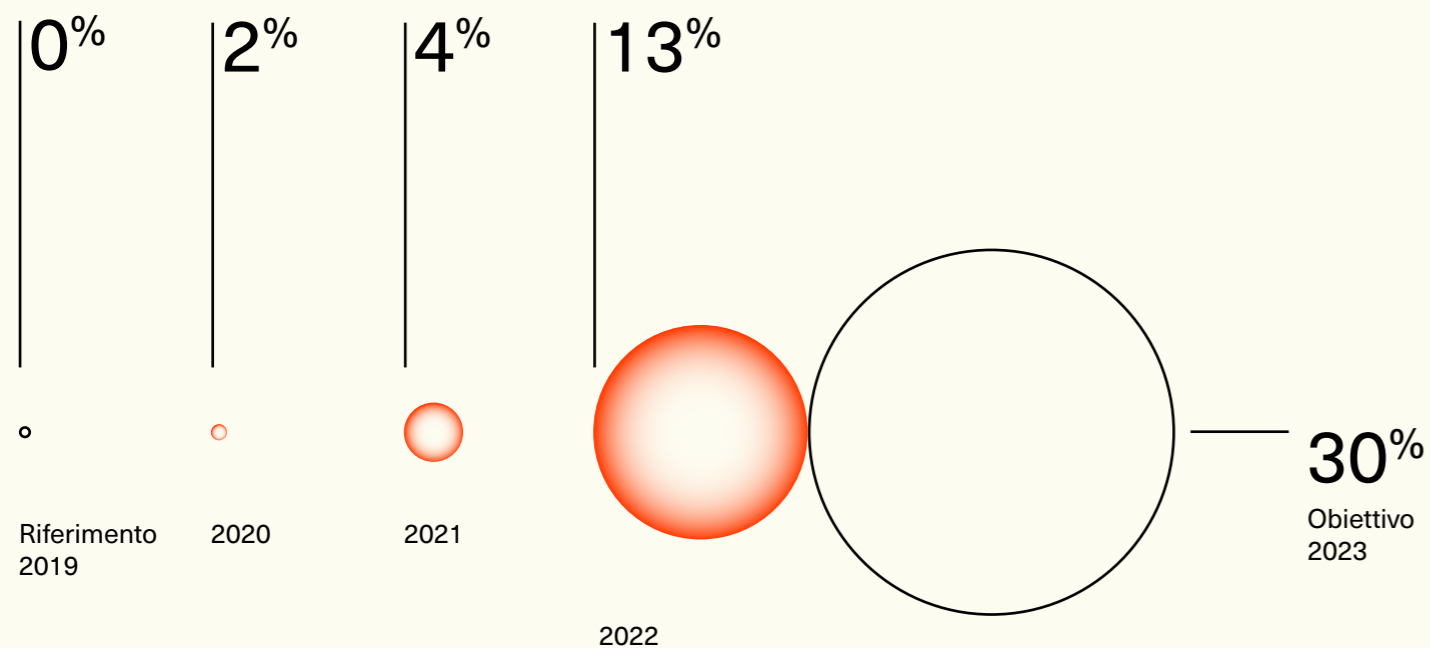


05

Quest'anno, il **13% della nostra produzione è bio-based**. Questi cambiamenti non si riflettono nel Bilancio di Carbonio 2021, ma saranno visibili dall'edizione 2022.

Stiamo anche lavorando per migliorare i nostri modelli da bambini, che rispondono però a standard\* diversi e per i quali non possiamo quindi utilizzare il materiale selezionato per i modelli da adulti.

*\*Norma EN71 relativa ai giocattoli e agli accessori per bambini, che devono essere anallergici e privi di bisfenolo-A.*



Percentuale di prodotti bio-based sui volumi di produzione

# DAL 2022, TUTTI I NOSTRI NUOVI MODELLI SONO BIO-BASED

## Domani

Oltre ai nostri nuovi modelli, vogliamo anche rivedere tutta l'offerta già esistente. Quest'anno abbiamo avviato il cambiamento e lo portiamo avanti per rinnovare completamente le nostre gamme. Il nostro obiettivo: **100% di prodotti bio-based o riciclati entro fine 2025.**

Ogni giorno facciamo progressi nel campo dei materiali, continuiamo quindi a esplorare delle soluzioni alternative al bio-based.

Oltre a rinnovare i nostri materiali, lavoriamo anche per ridurre la quantità di materiale utilizzato per la produzione e i relativi rifiuti, in modo da evitare qualsiasi perdita inutile.



La nostra mission assume un significato  
ancora più importante quando si traduce  
in azioni concrete, per questo

# OFFRIAMO IL NOSTRO SOSTEGNO A FAVORE DI ENTI DI BENEFICENZA

incoraggiando anche i nostri  
collaboratori ad agire in prima  
persona al loro fianco.



# PRENDERCI CURA DI TUTTA LA FAMIGLIA, IN TUTTI I MOMENTI DELLA VITA

03 FARE BENEFICENZA

Nel 2022 continuiamo a sostenere le nostre due associazioni partner: **L'Union pour l'Enfance** e **La Cloche**.

La prima **opera al servizio dei bambini** e dei genitori vulnerabili. Sviluppa programmi di protezione e di inserimento, per tutelare il legame familiare e permettere ai bambini di realizzarsi.

La Cloche incoraggia le persone ad **agire contro le gravi forme di esclusione**. Organizza attività, corsi di formazione ed eventi locali per cambiare il nostro modo di vedere il mondo della strada.

Queste missioni riflettono la nostra ambizione: **portare gioia a più persone possibili e proteggere gli occhi di tutti, in tutte le circostanze della vita.**



Ci siamo impegnati a fornire occhiali ai volontari di queste associazioni per almeno due anni, ma anche e soprattutto ad appoggiarle a livello finanziario.

Nello specifico, le nostre donazioni devono aiutare a:

## L'UNION POUR L'ENFANCE



### 01 Prevenire e contrastare l'abbandono scolastico

Ristrutturando una scuola per garantire ai giovani una formazione all'uso delle nuove attrezzature, così da soddisfare le richieste delle diverse filiere di produzione.

### 02 Proteggere i bambini

Aperto un nuovo centro di accoglienza per i giovani che hanno bisogno di una protezione e di un affiancamento specifici.

### 03 Sostenere la genitorialità

Fondando una casa-famiglia per bambini, che offrirà un momento di sollievo alle famiglie in difficoltà facilitando così il ripristinarsi del legame genitore-figlio.

## LA CLOCHE



### 01 Ricreare un legame sociale in 2 nuove città francesi

Attraverso la distribuzione di pasti, cori, orti sociali, ecc.

### 02 Cambiare lo sguardo rivolto verso la vita in strada già dall'infanzia

Moltiplicando le iniziative di informazione e sensibilizzazione sull'inclusione nelle scuole elementari.

### 03 Permettere a ciascuno di partecipare

Organizzando laboratori pedagogici informativi sia con i volontari che con i nuovi interessati, per fornire loro gli strumenti e indicare alcuni semplici gesti per affrontare in modo diverso il mondo della strada.

# I NOSTRI COLLABORATORI, CUORE PULSANTE DELLE NOSTRE AZIONI SOLIDALI

## METTERE A DISPOSIZIONE CIÒ CHE SAPPIAMO FARE MEGLIO

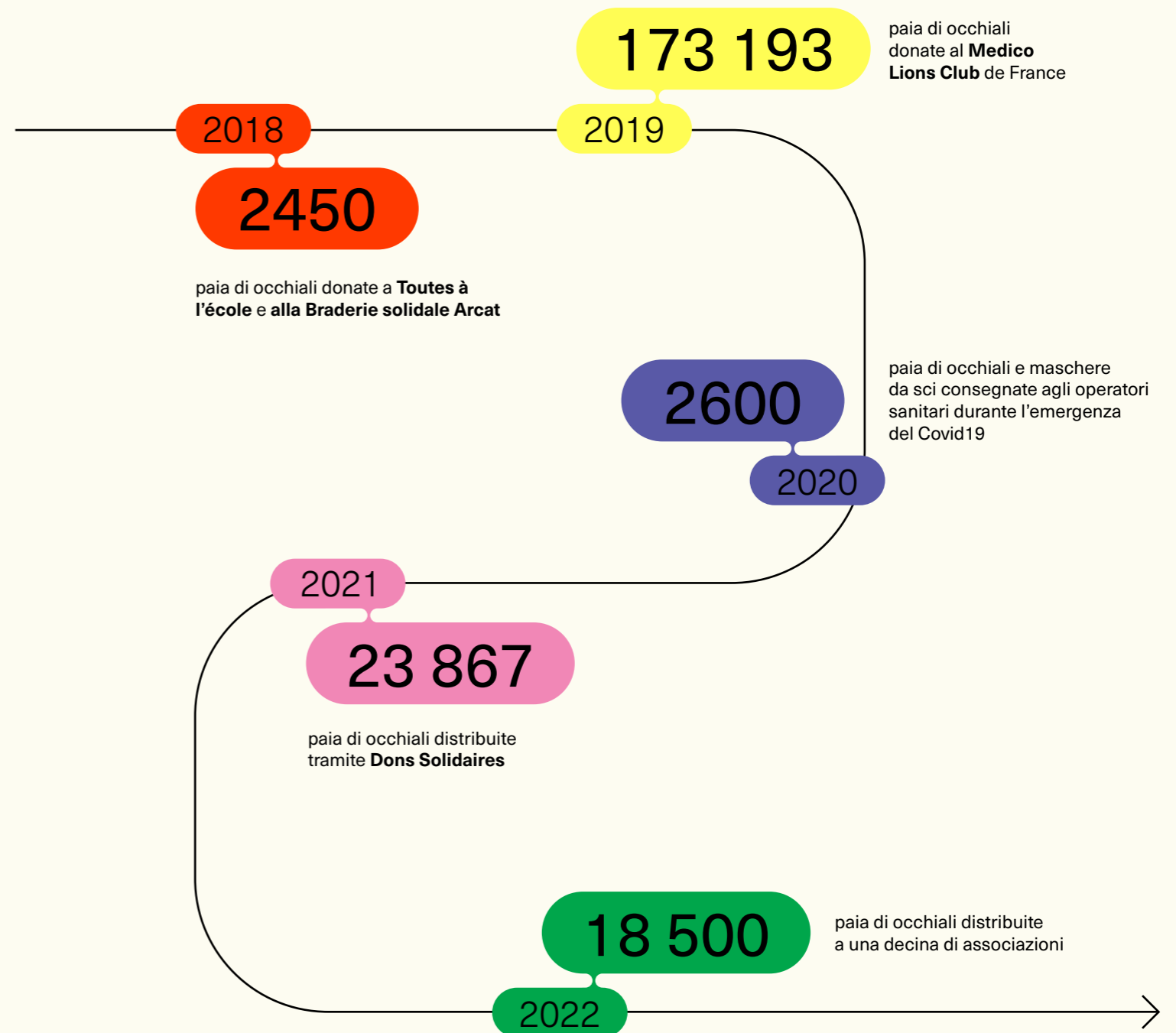
Oltre alle nostre donazioni monetarie e di competenze, continuiamo a **donare paia di occhiali alle associazioni che ne hanno bisogno.**



Proponiamo a tutti i nostri collaboratori la possibilità di offrire **due giorni all'anno** le proprie competenze a un'associazione a scelta. Per farlo, lavoriamo con **Vendredi**, una piattaforma di impegno civico che semplifica la gestione delle iniziative solidali mettendo in contatto le associazioni con i lavoratori che desiderano partecipare.

# +100 ore di volontariato

ono state donate nel 2022  
e il **90% dei nostri collaboratori**  
ha partecipato all'iniziativa.



Avere il sorriso e dividerlo è il filo conduttore del progetto umano di IZIPIZI. Per noi,

# IL BENESSERE DEL NOSTRO STAFF E LA CRESCITA DEI NOSTRI COLLABORATORI

sono una guida per guardare  
più lontano, insieme.



# COSTRUIRE INSIEME

Lavoriamo insieme da più di 10 anni per costruire un'offerta di prodotti, una mission e un'organizzazione in linea con i nostri valori.

Tutto il team è desideroso di portare avanti la nostra mission: vogliamo dare il sorriso a più persone possibili creando occhiali accessibili, che rispettino il pianeta e che proteggano gli occhi in tutte le fasi della vita.

I nostri obiettivi di crescita sono quindi condivisi con tutti i nostri collaboratori in modo trasparente e trasversale. Il nostro obiettivo: che **ciascuno possa partecipare a questo approccio collaborativo**, nel rispetto dei nostri valori.

# CRESCERE INSIEME

La crescita dei team, che sia a livello professionale, manageriale o personale, è al centro del progetto IZIPIZI.

Offrire prospettive di carriera è uno degli obiettivi della politica delle nostre Risorse Umane. Effettuiamo quindi regolarmente valutazioni delle prestazioni, colloqui di sviluppo e formazioni, con l'obiettivo di consentire un aumento delle competenze in un contesto in cui la mobilità trasversale è facilitata e sostenuta.

La nostra cultura manageriale si fonda su questa prospettiva, e i nostri manager imparano ad accompagnare i loro team per essere in grado di farli crescere.

Siamo convinti che aprirsi verso il mondo e verso il proprio tempo sia essenziale per la crescita di ciascun collaboratore. Per questo, incoraggiamo i nostri dipendenti con conferenze, eventi di formazione e incontri di brainstorming su temi di attualità aperti a tutti!

## HAPPY

Il nostro ambiente di lavoro è **positivo**, per permettere a ciascuno di dare il meglio di sé.

Profondamente **ottimisti**, cerchiamo di migliorarci imparando qualcosa da ogni situazione per creare, con il sorriso, occhiali che mettano di buon umore!

## EASY

Promuoviamo l'**attenzione verso gli altri**, la **fiducia** e la **trasparenza**, per permettere a ciascuno di esprimersi con sincerità.

Cerchiamo sempre di rendere più semplice ciò che può esserlo, dai processi ai discorsi.

## OPEN

Approfittiamo dei talenti che ci circondano per incoraggiare gli **incontri** e la **condivisione**.

Mettendo alla prova ciò che abbiamo senza temere il cambiamento, rinforziamo la nostra capacità di portare a termine i nostri progetti.

## WOOW

Puntiamo in alto e coltiviamo la nostra **unicità** per rimanere innovativi e creare un effetto sorpresa.

L'**audacia** è il motore di tutti i nostri progetti, perché vogliamo che i nostri team siano orgogliosi delle loro realizzazioni!

**I NOSTRI VALORI SONO IL COLLANTE CHE UNISCE  
UN TEAM SOLIDO E AFFIATATO.**



# VIVERE INSIEME

Il nostro quartier generale, la IZIPIZI House a Parigi, così come i nostri diversi negozi, sono stati pensati per permettere a ogni collaboratore di muoversi nelle **migliori condizioni di lavoro possibili**.

Abbiamo apportato la massima cura a questi spazi con un design moderno, una tecnologia di facile accesso e la ricerca di piccole attenzioni che possono fornire maggiore comfort ai team. Inoltre, **i luoghi di incontro e condivisione** sono attrezzati per favorire momenti di pausa conviviali e rigeneranti.



## IMPEGNI VALUTATI DAI NOSTRI TEAM

Alle parole devono sempre seguire i fatti, per questo a tutti i nostri collaboratori viene offerta ogni anno la possibilità di esprimere la propria opinione sulla loro qualità di vita al lavoro e sulle performance delle Risorse Umane e dei manager aziendali.

Ed è proprio grazie alle loro risposte che abbiamo ottenuto la **certificazione Great Place to Work**, posizionandoci anche nel 2022 nella classifica delle 25 aziende della nostra categoria più apprezzate!

Il ruolo dell'azienda non si limita all'ufficio: vogliamo facilitare al meglio la vita dei nostri collaboratori anche offrendo la possibilità di operare in telelavoro, l'accesso agli abbonamenti in palestra e gli asili nido aziendali.





# MANIFESTO

Siamo un team solido e impegnato, desideroso di andare avanti, insieme, verso un mondo virtuoso. Per più di 10 anni, realizziamo occhiali accessibili, colorati, per tutti e per ogni momento della vita.

Nel nostro piccolo, facciamo tutto il possibile per migliorare costantemente la nostra struttura organizzativa, ridurre il nostro impatto sul pianeta, lavorare la qualità dei nostri materiali e potenziare le nostre iniziative sociali garantendo sempre quell'accessibilità che ci contraddistingue.

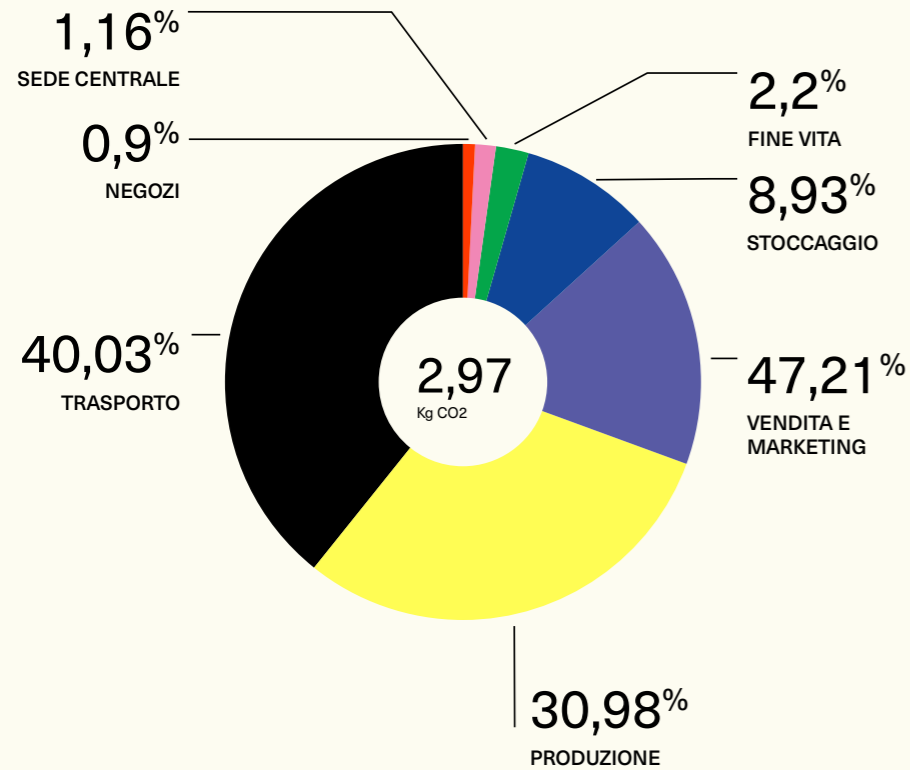
Siamo in viaggio e desiderosi di procedere insieme a voi in totale trasparenza, e con il sorriso.

# ALLEGATO

# ALLEGATO

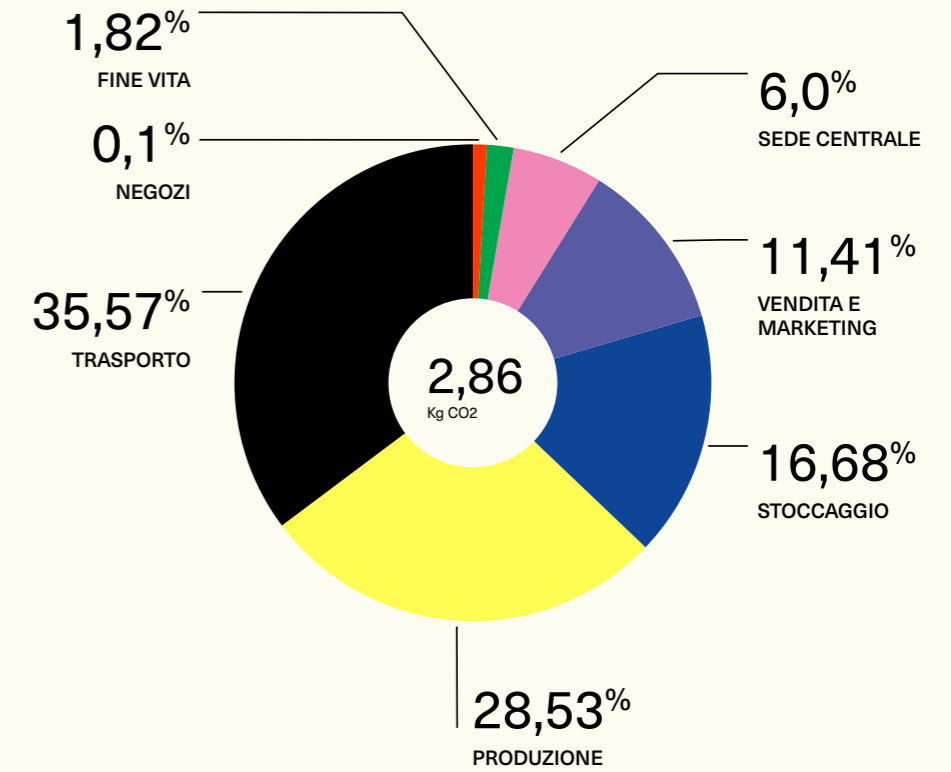
## BILANCIO DI CARBONIO 2019

In Kg CO2



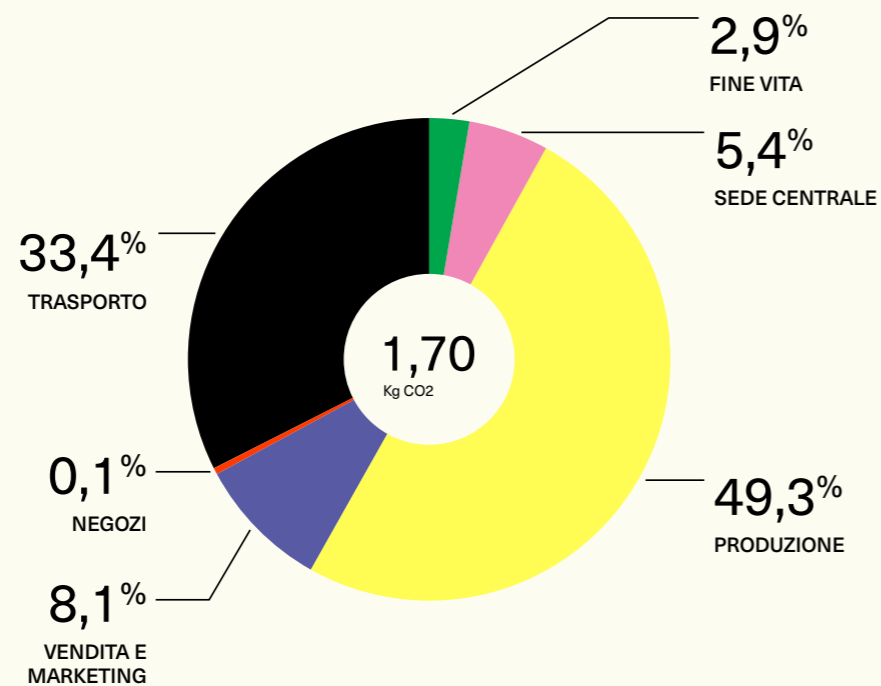
## BILANCIO DI CARBONIO 2020

In Kg CO2



## BILANCIO DI CARBONIO 2021

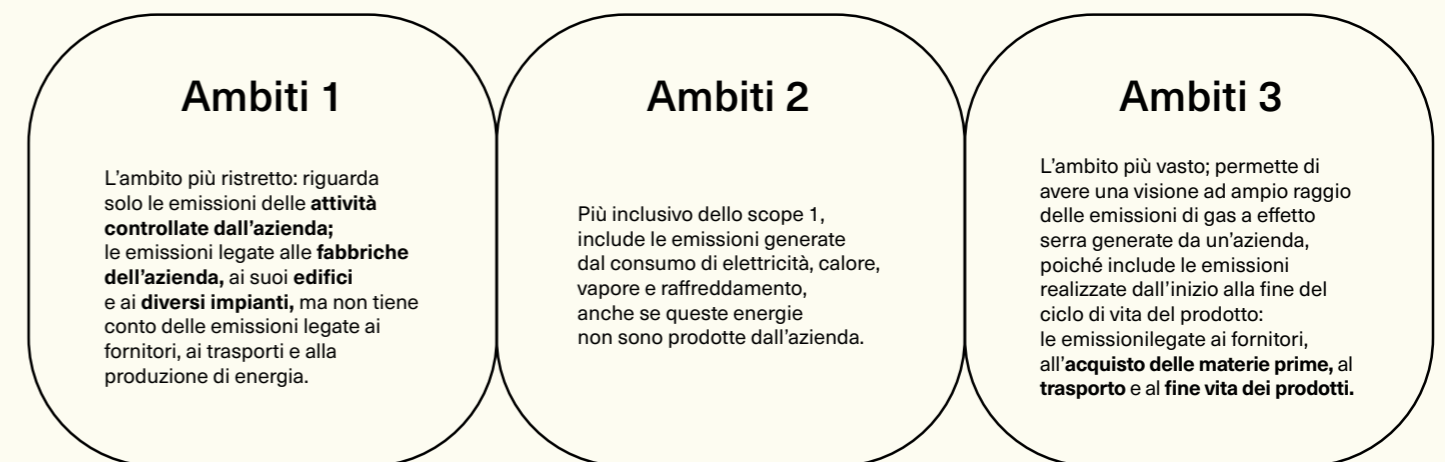
In Kg CO2



## Il Bilancio di Carbonio

Il Bilancio di Carbonio è una valutazione delle emissioni di gas a effetto serra dirette e indirette di un'azienda nell'ambito della sua attività annuale.

Le emissioni si misurano in CO2eq e vengono suddivise in 3 grandi categorie:



# ALLEGATO

## Transporto

|               | 2019        | 2020        | 2021        |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| trasporto     | 0,02        | 0,01        | 0,01        |
| a monte       | 0,36        | 0,39        | 0,26        |
| a valle       | 0,83        | 0,62        | 0,30        |
| <b>TOTALE</b> | <b>1,20</b> | <b>1,02</b> | <b>0,57</b> |

Kg Co2 ponderati

### TIPI DI TRASPORTO

per paio di occhiali

|             | 2019        | 2020        | 2021          |
|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 0,75        | 0,61        | 0,52        | aereo         |
| 0,00        | 0,00        | 0,03        | marittimo     |
| 0,07        | 0,01        | 0,01        | su strada     |
| 0,00        | 0,00        | 0,00        | ferroviario   |
| <b>0,83</b> | <b>0,62</b> | <b>0,57</b> | <b>TOTALE</b> |

Kg Co2 ponderati

### MODALITÀ DI TRASPORTO

per paio di occhiali

|               | 2019        | 2020        | 2021        |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| aereo         | 0,28        | 0,31        | 0,22        |
| marittimo     | 0,05        | 0,08        | 0,00        |
| su strada     | 0,02        | 0,00        | 0,03        |
| ferroviario   | 0,00        | 0,00        | 0,00        |
| <b>TOTALE</b> | <b>0,35</b> | <b>0,39</b> | <b>0,26</b> |

Kg Co2 ponderati

### MODALITÀ DI TRASPORTO A MONTE

per paio di occhiali

## Vendita e marketing

|                      | 2019        | 2020        | 2021        |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| comunicazione        | 0,21        | 0,23        | 0,10        |
| viaggi professionali | 0,22        | 0,01        | 0,01        |
| sito web             | 0,09        | 0,09        | 0,05        |
| <b>TOTALE</b>        | <b>0,51</b> | <b>0,33</b> | <b>0,15</b> |

Kg Co2 ponderati

### VENDITA E MARKETING

|             | 2019        | 2020        | 2021          |
|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 0,22        | 0,01        | 0,01        | aereo         |
| 0,00        | 0,00        | 0,00        | su strada     |
| 0,00        | 0,00        | 0,00        | ferroviario   |
| <b>0,22</b> | <b>0,01</b> | <b>0,01</b> | <b>TOTALE</b> |

Kg Co2 ponderati

### MODALITÀ DI VIAGGI PROFESSIONALI

|                        | 2019        | 2020        | 2021        |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| comunicazione offline  | 0,04        | 0,07        | 0,04        |
| comunicazione digitale | 0,16        | 0,16        | 0,06        |
| <b>TOTALE</b>          | <b>0,21</b> | <b>0,23</b> | <b>0,10</b> |

Kg Co2 ponderati

### TIPO DI COMUNICAZIONE

# ALLEGATO

## Sede centrale

|                        | 2019         | 2020         | 2021         |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| edifici                | 0,008        | 0,013        | 0,010        |
| spostamenti quotidiani | 0,001        | 0,035        | 0,000        |
| attività digitale      | 0,013        | 0,051        | 0,010        |
| elettricità            | 0,001        | 0,000        | 0,010        |
| manutenzione           | 0,011        | 0,001        | 0,000        |
| supporto               | 0,000        | 0,072        | 0,040        |
| vita del team          | 0,001        | 0,001        | 0,020        |
| <b>TOTALE</b>          | <b>0,036</b> | <b>0,173</b> | <b>0,090</b> |

Kg Co2 ponderati

**SEDE CENTRALE**

## Produzione

|               | 2019        | 2020        | 2021        |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| elettricità   | 0,34        | 0,30        | 0,37        |
| materie prime | 0,52        | 0,49        | 0,43        |
| rifiuti       | 0,02        | 0,00        | 0,02        |
| acqua         | 0,00        | 0,00        | 0,00        |
| imballaggio   | 0,02        | 0,01        | 0,03        |
| <b>TOTALE</b> | <b>0,90</b> | <b>0,82</b> | <b>0,84</b> |

Kg Co2 ponderati

**PRODUZIONE**

## Negozi

|               | 2019          | 2020          | 2021        |
|---------------|---------------|---------------|-------------|
| edifici       | 0,0017        | 0,0013        | 0,00        |
| elettricità   | 0,0010        | 0,0015        | 0,00        |
| <b>TOTALE</b> | <b>0,0027</b> | <b>0,0028</b> | <b>0,00</b> |

Kg Co2 ponderati

**NEGOZI**



