



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

---

2021



*Bilancio di sostenibilità  
2021*

---

# SOMMARIO

---

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>1</b>
<b>LETTERA DELLA GOVERNANCE.....</b>	<b>5</b>
<b>1. LA NOSTRA ATTIVITÀ .....</b>	<b>6</b>
1.1. La struttura e le attività del nostro Gruppo .....	6
1.2. Il nostro ruolo tra i consumatori e i produttori .....	7
1.3. Il capitale strutturale: sedi, impianti, strutture e mezzi.....	8
1.4. Responsabilità e affidabilità: la nostra governance e il modello di organizzazione, gestione e controllo .....	9
1.5. Qualità e sicurezza del prodotto: la certificazione IFS.....	13
1.6. Creazione e distribuzione del valore economico.....	15
<b>2. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ .....</b>	<b>19</b>
2.1. Matrice stakeholder: aspettative/modalità di coinvolgimento .....	19
2.2. La nostra Matrice di Materialità.....	21
2.3. SDGs e temi materiali.....	23
2.4. Fattori di rischio e modalità di gestione.....	25
2.5. Focus: rischi derivanti dal cambiamento climatico .....	29
<b>3. I NOSTRI FORNITORI E LA <i>SUPPLY CHAIN</i>.....</b>	<b>31</b>
3.1. Diritti umani: controllo, prassi e verifiche .....	33
3.2. Sostenibilità ambientale e sociale della nostra filiera produttiva.....	34
<b>4. USO E GESTIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE NATURALI .....</b>	<b>37</b>
4.1. I nostri consumi energetici.....	38
4.2. L'autoproduzione energetica .....	42
4.3. Le nostre emissioni .....	42
4.4. Gestione dei rifiuti.....	45
4.5. Il nostro approccio circolare.....	46
4.6. Il packaging sostenibile e facilitare il riciclo per i consumatori.....	46
4.7. Non conformità.....	49
<b>5. IL CAPITALE UMANO .....</b>	<b>50</b>
5.1. Occupazione .....	50
5.2. Mantenimento e sviluppo del capitale umano .....	53
5.3. Welfare aziendale.....	54

5.4. Sicurezza e salute dei lavoratori.....	54
5.5. Pari opportunità e diversity.....	56
<b>6. BATTAGLIO E LA SOCIETÀ.....</b>	<b>59</b>
6.1. Sviluppo di programmi e iniziative con ricadute sociali.....	59
6.2. Prodotti biologici.....	61
6.3. Rafforzamento della nostra filiera e fairtrade.....	61
<b>7. NOTE METODOLOGICHE.....</b>	<b>62</b>
7.1. Perimetro del bilancio di sostenibilità.....	62
7.2. Criteri utilizzati.....	62
7.3. Principi di riferimento.....	62
7.4. Modalità di coinvolgimento degli stakeholder.....	63
7.5. Processo di definizione del bilancio e dei temi materiali.....	64
7.6. I nostri riferimenti.....	64
7.7. GRI adottati.....	64
<b>8. I NUMERI DELLA SOSTENIBILITA'.....</b>	<b>68</b>

# INTRODUZIONE

La società **Battaglio S.p.A. ("Battaglio")** ha esordito nel mercato ortofrutticolo all'ingrosso di **Torino** nel **1972** arrivando poco più di vent'anni dopo, nel 1994, ad inaugurare il suo primo grande magazzino per la distribuzione.

**Battaglio**



**1972**

L'AZIENDA BATTAGLIO NASCE NEL MERCATO ORTOFRUTTICOLO DI TORINO

**1994**

VIENE CREATO IL PRIMO MAGAZZINO PER LA DISTRIBUZIONE DI FRUTTA PRESSO L'INTERPORTO S.I.T.O.

**1995**

INIZIA L'ESPERIENZA NEL MONDO DELLE BANANE ED ANANAS

**2008**

VIENE INAUGURATO IL NUOVO MAGAZZINO TORINO DI 12.000 MQ

Negli anni '90 abbiamo avviato un intraprendente percorso volto all'internazionalizzazione dei prodotti dedicandoci, in particolare, alla ricerca e alla selezione di **frutta esotica** o "*contro stagione*". La progressiva e crescente affermazione del brand ha permesso il consolidamento della nostra posizione sul mercato italiano attraverso l'apertura di un esteso magazzino da 12.000 m<sup>2</sup> a Torino (Sito) nel 2008, seguita dalla successiva apertura a Roma (Guidonia) nel 2014 di un magazzino delle stesse dimensioni di quello di Torino e di uno stand presso il Centro Agroalimentare di Roma (CAR).



**2010**

NASCONO LE BANANE A MARCHIO BATTAGLIO.



**2014**

APRE UN SECONDO MAGAZZINO A ROMA PER AUMENTARE LA PROPRIA CAPACITÀ SUL TERRITORIO NAZIONALE.



**2016**

VIENE LANCIATA LA NUOVA LINEA DI FRUTTI ESOTICI "BATTAGLIO GOLD SELECTION".



**frutta da vivere**

**2017**

BATTAGLIO RINNOVA LA SUA IMMAGINE: IL NUOVO LOGO RACCONTA TUTTA LA VITALITÀ DELLA FRUTTA.

Inoltre, siamo giunti a promuovere progetti sui **mercati internazionali** della frutta esotica affiancando all'attività di importazione dei prodotti investimenti *in loco*, come nel caso di Battaglio Argentina, la cui collocazione geografica ci consente di svolgere un accurato processo di selezione dei migliori prodotti direttamente sul territorio di origine.

Nel 2010, in seguito alla decisione di svincolarci dalla politica commerciale delle multinazionali, abbiamo intrapreso l'importazione diretta di banane e ananas a nostro marchio, attività che si è affiancata a quella, già consolidata, della frutta d'oltremare.

Per soddisfare le esigenze della clientela **importiamo prodotti da paesi di tutto il mondo** come Spagna, Argentina, Brasile, Perù, Colombia, Ecuador, Cile, Messico, Costa Rica, Marocco, Nuova Zelanda, Costa d'Avorio, Sud Africa, Turchia e Israele.



Il processo di internalizzazione ci ha consentito di ampliare notevolmente il novero della frutta che offriamo, da quella maggiormente presente sul territorio nazionale, rappresentata da arance, clementine, kiwi, fragole, limoni, pere, pesche, a quella esotica e tropicale come cocco, datteri, fichi, frutto della passione, lime, banane, mango, papaya, ananas e avocado.

Nel 2018 abbiamo avviato un ambizioso progetto denominato "Agricola Persea", quale esito di una consolidata e proficua collaborazione con C.I. Tropical, azienda leader in Colombia nel

campo della produzione ed esportazione di banane. La joint venture ha esordito con la messa a coltura dell'Avocado Hass di cui abbiamo raccolto i primi frutti nel 2020, e che ambisce a diventare una delle più estese coltivazioni di avocado al mondo nonché un punto di riferimento per la produzione ed esportazione di avocado di qualità Hass su scala internazionale.

Ad oggi risultiamo essere tra i principali importatori e distributori per il mercato italiano di banane, ananas, avocado, agrumi e pere provenienti dall'emisfero sud.

L'intera attività che svolgiamo prende le mosse da un'approfondita conoscenza delle specificità di ciascun frutto: dai tempi di maturazione allo studio di soluzioni di trasporto ottimali, con l'obiettivo di preservarne la freschezza, il gusto e la qualità. La filosofia che orienta il nostro modus operandi si basa su **tre principi fondamentali**:

**1**

#### **TRASPARENZA**

Crediamo nei rapporti basati sulla fiducia. Siamo trasparenti con partner, collaboratori e fornitori: è grazie a loro che abbiamo la garanzia di distribuire la frutta più buona. Solide relazioni professionali, che ci permettono di essere trasparenti verso i nostri clienti e mantenere la nostra promessa: offrire sempre la migliore qualità.

**2**

#### **CONSISTENZA**

Lo potremmo tradurre come coerenza, costanza e compattezza; la volontà, insomma, di fare le cose ben fatte.

**3**

#### **ENTUSIASMO**

Amiamo quello che facciamo. L'entusiasmo è il motore che ci spinge a fare bene il nostro lavoro. La nostra sfida, giorno dopo giorno, è garantire ai clienti tutte le proprietà nutrizionali e la vitalità della frutta migliore.







---

# LETTERA DELLA GOVERNANCE

---

## ***Compiere 50 anni con sostenibilità***



Gentili Lettori,

è ormai noto come nello scenario globale stia crescendo la consapevolezza che per migliorare il proprio business non ci si possa limitare esclusivamente agli aspetti economici e finanziari, ma sia fondamentale agire nel rispetto dei pilastri della sostenibilità quali Ambiente, Società e Governance.

Quest'anno Battaglio compie 50 anni e per celebrare questo importante traguardo abbiamo deciso di condividere con i nostri stakeholders il nostro primo Bilancio di Sostenibilità, un documento che vuole illustrare i traguardi raggiunti e gli obiettivi futuri per una crescita costante nella qualità prima che nei numeri.

Dobbiamo ammettere con un pizzico di orgoglio, sperando di non risultare presuntuosi, che nel redigerlo abbiamo appreso che molti dei temi fondamentali per la sostenibilità di un'azienda erano già centrali nella nostra visione strategica perché abbiamo sempre agito tenendo a mente due costanti: il "buon senso" nel modo di agire e la "consistenza", intesa come concretezza e solidità nel tempo, nel fine da raggiungere.

Dal giorno della propria fondazione, il buon senso è sempre stata l'essenza che ha alimentato il cuore della Battaglio. Cerchiamo infatti di svolgere sempre al meglio il nostro lavoro, con ambizione ma senza voler strafare, con la giusta perseveranza per non cedere alle mode e con lo sguardo fisso sull'obiettivo, senza dimenticare il nostro punto di partenza. Ricordando, inoltre, che spesso il percorso più gratificante non è il più comodo.

Giorno dopo giorno, la Battaglio lavora con il profondo desiderio di diventare sempre più consistente, affidabile e ben inserita nell'ambiente in cui opera, apportando il proprio valore aggiunto.

Il Bilancio che Vi presentiamo oggi ci rende però ancora più consapevoli che non possiamo fermarci e che c'è ancora molto lavoro da svolgere. Operiamo in un settore regolato da dinamiche complesse ed in costante evoluzione, in un mondo che ogni anno offre a tutti noi nuove sfide: il nostro impegno sarà quello di accoglierle e gestirle con la stessa fiducia e determinazione di sempre... una cassetta di frutta dopo l'altra.

Buona lettura

Luca Battaglio

Presidente del Gruppo Battaglio

---

# 1. LA NOSTRA ATTIVITÀ

---

## 1.1. LA STRUTTURA E LE ATTIVITÀ DEL NOSTRO GRUPPO

Battaglio S.p.A. ha saputo sviluppare attività sinergiche facendo tesoro dell'esperienza e della rete di contatti che, con il passare degli anni, si è consolidata. In questo modo, abbiamo dato vita ad un Gruppo composto da società accomunate da una strategia coerente la vision d'impresa ed i valori promossi sin dalle sue origini.

La Società Battaglio S.p.A. è controllata al 100% dalla Battaglio Gestioni S.p.A. Quest'ultima è la società *holding* che controlla la gestione e la struttura finanziaria del nostro Gruppo, segue gli sviluppi nel settore ortofrutticolo e intraprende iniziative in ambiti sinergici e detiene partecipazioni in diverse società, tra cui le più rilevanti sono:

- **Battaglio S.p.A.;**
- **Battaglio Argentina s.a.**
- **Agricola Alba S.r.l. società agricola;**
- **Brescello Marketing S.r.l.;**
- **La Bilacca S.r.l. società agricola;**
- **Trigenia S.r.l.;**
- **Agricola Don Camillo (tramite la partecipazione detenuta in Agricola Alba)**
- **Agricola Persea (tramite la partecipazione detenuta in Battaglio S.p.A.)**

In particolare, le attività svolte dalle società del Gruppo sono riepilogabili come segue:

**BATTAGLIO S.P.A:** seleziona e importa la frutta migliore dai Paesi più vocati di ogni continente per distribuire in Italia un ampio assortimento di frutta esotica, in particolare banane e ananas, oltre a tante tipologie di frutta fresca e ortaggi in “controstagione”, con un totale di 160.000 tonnellate di prodotti commercializzati l'anno.

**BATTAGLIO ARGENTINA SA:** la sua collocazione geografica consente di effettuare sul territorio la selezione dei migliori prodotti destinati prevalentemente a Italia, Russia, Brasile e Stati Uniti. Inoltre dal 2017 è stata avviata l'attività di importazione e distribuzione sul territorio nazionale di frutta tropicale tramite la sede di Pilar (Buenos Aires).

**AZIENDE AGRICOLE:** le Aziende Agricole Alba e La Bilacca in Emilia Romagna, Puglia e Calabria producono direttamente alcune varietà di frutti tra cui pere, agrumi, albicocche e mele.

**AGRICOLA DON CAMILLO SRL:** organizzazione di produttori con sede a Brescello con più di 40 soci in tutta Italia, leader nella produzione di meloni, angurie, zucche e zucchine in Emilia Romagna, Lombardia, Veneto e Sicilia e, dal 2018, anche di arance, clementine e albicocche in Puglia.

**AGRICOLA PERSEA:** società che sorge nella Valle del Cauca in Colombia, una zona particolarmente vocata per la produzione di Avocado Hass in virtù delle specifiche caratteristiche climatiche e morfologiche del territorio. L'avocado della varietà Hass è considerato la migliore varietà di avocado per il sapore decisamente più intenso con retrogusto nocciolato.

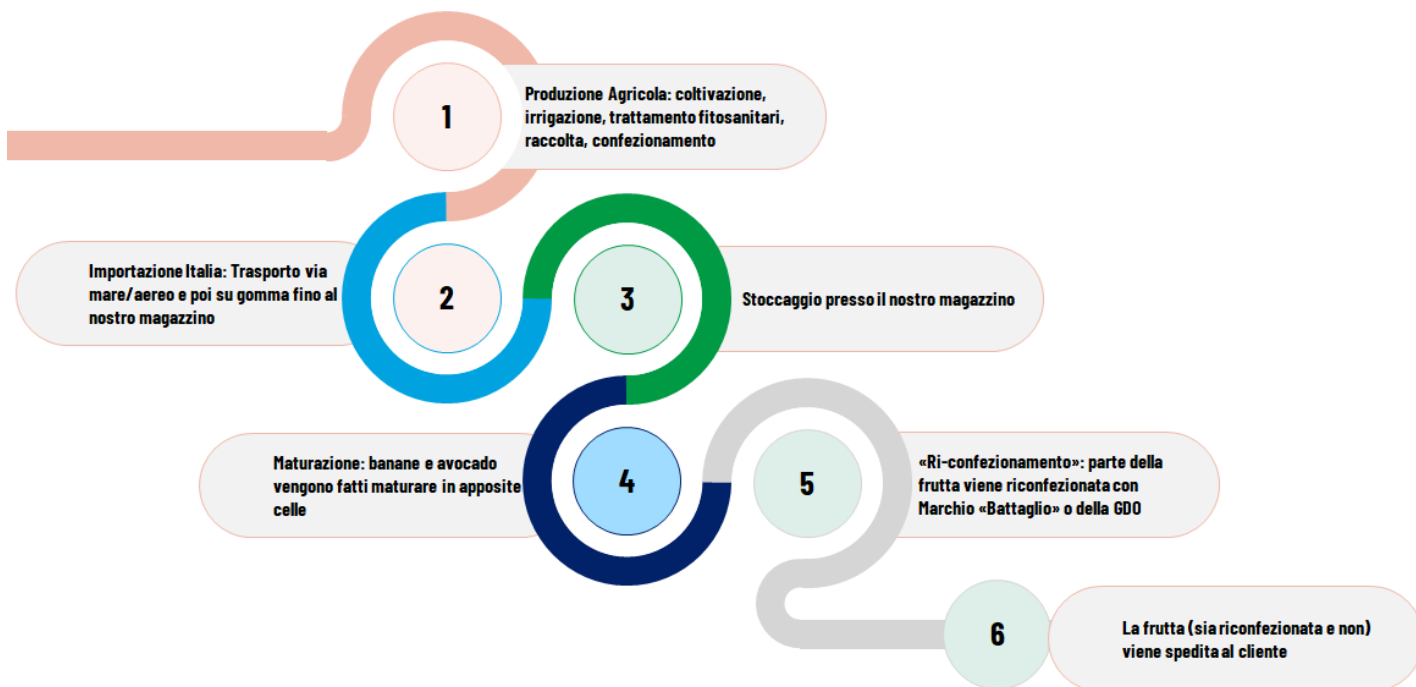
**TRIGENIA SRL:** società che opera nell'ambito dell'efficienza energetica e sostenibilità ambientale con specifico focus nell'industria agroalimentare.

## **1.2. IL NOSTRO RUOLO TRA I CONSUMATORI E I PRODUTTORI**

Il nostro ruolo all'interno della filiera agroalimentare si riferisce in particolare alle fasi di **approvvigionamento, conservazione, maturazione, confezionamento, selezione e spedizione** dei prodotti. Una volta che i prodotti arrivano nelle nostre sedi di Torino (Sito) e Roma (Guidonia), vengono distribuiti alle grandi aziende della GDO ed ai mercati ortofrutticoli: ogni giorno partono circa 500 tonnellate di frutta destinate per l'80% alla grande distribuzione organizzata, mentre il restante 20% ai mercati agro-alimentari.

## 1.3. IL CAPITALE STRUTTURALE: SEDI, IMPIANTI, STRUTTURE E MEZZI

La nostra catena del valore può essere sintetizzata come segue:



Seppure siamo consapevoli che la nostra responsabilità si estende per l'intera catena di valore, il nostro coinvolgimento diretto è attualmente incentrato sulle operazioni di stoccaggio, maturazione e ri-confezionamento.

Per svolgere tale ruolo è molto importante disporre di sedi dislocate sul territorio nazionale in modo tale da poter organizzare la distribuzione in maniera efficiente ed efficace.

I due stabilimenti di Torino (Sito) e Roma (Guidonia), constano di una superficie complessiva di **24.000 metri quadrati**. Le due strutture sono interamente climatizzate con celle refrigerate funzionali alla migliore conservazione della frutta e celle dedicate alla maturazione delle banane. Nella nostra sede di Guidonia, inoltre, disponiamo anche di celle per la maturazione dell'avocado. Sono inoltre presenti linee di confezionamento in entrambi gli stabilimenti. L'attività lavorativa nelle aree di deposito è distribuita su più turni di lavoro, nell'ottica di



garantire la maggiore rapidità di evasione, nel rispetto dei fondamentali diritti dei lavoratori che rappresentano uno dei pilastri portanti della nostra attività.

## **1.4. RESPONSABILITÀ E AFFIDABILITÀ: LA NOSTRA GOVERNANCE E IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO**

La nostra struttura operativa e gestionale ha la tradizionale forma piramidale: al vertice è presente il Consiglio di Amministrazione a cui spettano tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione per la gestione dell'attività.

Il Consiglio di amministrazione è attualmente composto da tre membri, eletti dall'assemblea:

- **Luca Battaglio** – Presidente e Amministratore Delegato;
- **Siro Battaglio** - Vicepresidente e Consigliere Delegato;
- **Andrea Levi** - Consigliere delegato.

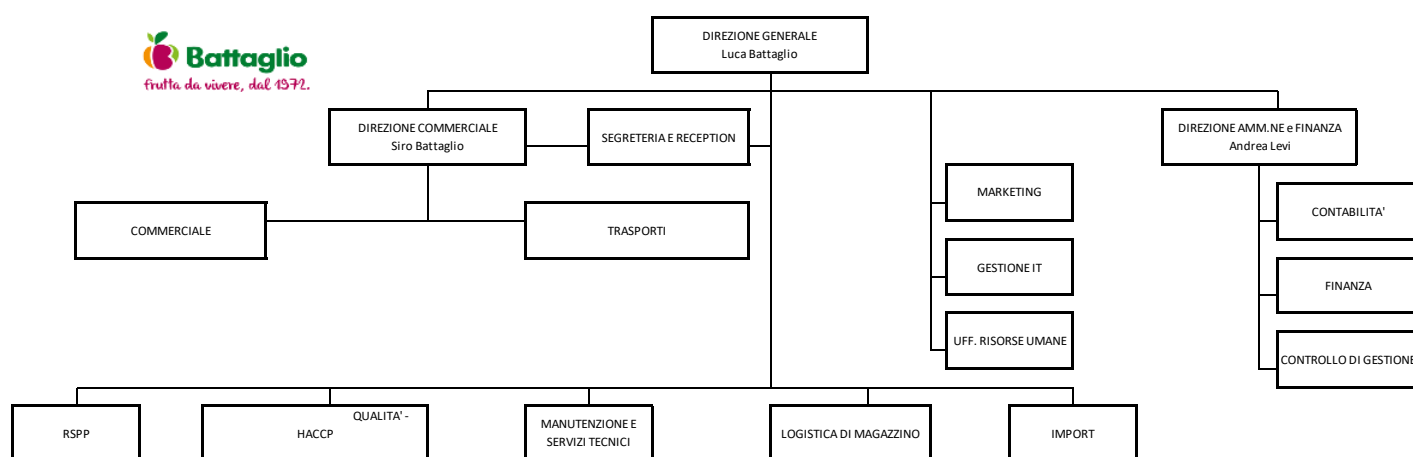
La rappresentanza della Società spetta al Presidente del Consiglio di Amministrazione, Luca Battaglio, e ai Consiglieri muniti di delega del Consiglio.

Al Presidente del Consiglio di Amministrazione sono inoltre attribuiti tutti i più ampi poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione e di disposizione, ivi compreso ogni atto necessario o strumentale al perseguimento dell'oggetto sociale, ad esclusione di quelli riservati inderogabilmente dalla legge all'assemblea dei soci.

Il Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione, ad oggi Siro Battaglio, ha i più ampi poteri di ordinaria amministrazione connessi all'espletamento delle funzioni a lui delegate, ovvero quelle di gestione, organizzazione e definizione delle strategie e dello sviluppo delle attività aziendali con riferimento al settore commerciale ad esclusione di quelle riservate inderogabilmente dalla legge all'assemblea dei soci.

Al terzo consigliere, ad oggi Andrea Levi, sono attribuiti i poteri di ordinaria amministrazione connessi all'espletamento delle funzioni a lui delegate, ovvero quelle di gestione, organizzazione del settore amministrativo/finanziario e delle relative risorse umane.

Il Collegio Sindacale, nominato dall'Assemblea, è composto da tre sindaci effettivi e due supplenti che durano in carica tre esercizi. La revisione legale dei conti della Società è affidata a un Revisore Legale la cui nomina spetta all'Assemblea, su proposta motivata del Collegio Sindacale.



La responsabilità delle decisioni relative ai temi ambientali, sociali e di governance è affidata, attualmente, al Consiglio di Amministrazione, in ragione dell'importanza che tali tematiche assumono all'interno del nostro Gruppo.



**Per rafforzare la governance operativa su tutte le tematiche ESG, ci siamo posti come obiettivo (da implementare nel corso del 2022) quello di modificare l'attuale organigramma, creando una nuova funzione aziendale che si occupi dei temi ambientali e sostenibilità sotto diretta responsabilità dell'Amministratore Delegato. Tale funzione sarà affidata ad una figura professionale attualmente in fase di ricerca e selezione.**

Abbiamo predisposto e adottato il Modello di organizzazione e gestione e controllo in conformità a quanto previsto dal D. Lgs. n. 231/2001 (e successive integrazioni), nonché in coerenza con le indicazioni contenute nelle Linee Guida di riferimento (Linee Guida di Confindustria) e con i principi già radicati nella nostra cultura di governance.

L'adozione di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, oltre a fornire la possibilità di configurare un sistema strutturato e organico di procedure organizzative, gestionali e di controllo finalizzate a prevenire la commissione di reati, rappresenta al contempo un **atto di responsabilità sociale** che garantisce condizioni di **correttezza** e **trasparenza** nella conduzione delle attività aziendali.

Più nel dettaglio, il Modello ha come principali obiettivi quelli di:

- sensibilizzare i soggetti che collaborano, a vario titolo, con la nostra Società (dipendenti, collaboratori esterni, fornitori, ecc.), richiedendo loro, nei limiti delle attività svolte, di adottare comportamenti corretti e trasparenti, in linea con i valori etici a cui la nostra Società si ispira nel perseguimento dell'oggetto sociale e tali da prevenire il rischio di commissione degli illeciti contemplati nel Decreto;
- determinare nei predetti soggetti la consapevolezza di poter incorrere, in caso di violazione delle disposizioni impartite dalla nostra Società, in conseguenze disciplinari e/o contrattuali, oltre che in sanzioni penali e amministrative comminabili nei loro confronti;
- istituire e/o rafforzare controlli che ci consentano di prevenire o di reagire tempestivamente per impedire la commissione di illeciti da parte dei soggetti apicali e delle persone sottoposte alla Direzione o alla Vigilanza dei primi che comportino la responsabilità amministrativa della nostra Società;
- consentire alla nostra Società, grazie ad una azione di monitoraggio sulle aree di attività a rischio, di intervenire tempestivamente, al fine di prevenire o contrastare la commissione dei reati stessi e sanzionare i comportamenti contrari al proprio Modello;
- garantire la propria integrità, adottando gli adempimenti espressamente previsti dall'art. 6 del D Lgs. n. 231/2001;

- migliorare l'efficacia e la trasparenza nella gestione delle attività aziendali;
- determinare una piena consapevolezza nel potenziale autore dell'illecito che la commissione di un eventuale illecito è fortemente condannata e contraria, oltre che alle disposizioni di legge, ai principi etici ai quali la nostra Società intende attenersi e agli stessi interessi della Società anche quando apparentemente potrebbe trarne un vantaggio.

Il Modello individua inoltre, attraverso un'attenta analisi e mappatura dei rischi propri dell'attività di *business*, le “**aree di attività a rischio**”, ovvero quelle aree e funzioni aziendali (con i relativi processi strumentali) potenzialmente interessate dal rischio di commissione di reati.

Ci siamo, inoltre, dotati di un **Codice Etico** e di **Criteri di Condotta**, con il primario obiettivo di perseguire e mantenere un comportamento eticamente corretto nelle attività quotidiane e il rispetto di tutte le leggi in vigore. Essi hanno lo scopo, tra l'altro, di favorire e promuovere un elevato standard di professionalità e di evitare pratiche comportamentali difformi rispetto agli interessi dell'azienda o devianti rispetto alla legge, nonché contrastanti rispetto ai valori che intendiamo mantenere e promuovere. Tali documenti sono rivolti ai componenti degli organi sociali, a tutti i dipendenti di ogni ordine e grado e a tutti coloro che, stabilmente o temporaneamente, interagiscono con la nostra Società.

Al fine di dare efficace attuazione al Modello e al Codice Etico (con i relativi Criteri di Condotta), abbiamo creato un Organismo di Vigilanza (“OdV”) che assicura la corretta divulgazione di contenuti e principi all'interno e all'esterno dell'organizzazione e cura l'aggiornamento dei documenti quando ritenuto necessario, anche sulla base di segnalazioni ricevute dal personale.

Il ruolo di OdV è stato attribuito ad un organo monocratico nominato dall'organo gestorio e individuato tra soggetti esterni alla Società, in modo da assicurare adeguata competenza in ambito legale, contabile, *risk assessment*, *auditing* e giuslavoristico, nonché il possesso dei requisiti di onorabilità richiesti dalla legge.



Sono destinatari del Modello e del Codice Etico sia le persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione nella nostra Società o in una sua Funzione dotata di autonomia finanziaria e operativa, sia chi esercita, anche di fatto, la gestione e il controllo della Società, nonché le persone sottoposte alla direzione o alla vigilanza di uno dei predetti soggetti (ai sensi dell'art. 5 D. lgs. n. 231/2001), ma anche, più in generale, tutti coloro che operano per il conseguimento dello scopo e degli obiettivi della Società. Fra i destinatari sono quindi annoverati i componenti degli organi sociali, i soggetti coinvolti nelle funzioni dell'OdV, i dipendenti, i collaboratori, i consulenti esterni e i *partner* commerciali.

Il compito di verificare l'attuazione e l'applicazione del Codice Etico ricade invece, oltre che sull'OdV, anche sul Consiglio di Amministrazione, sulla Direzione Generale e sui Coordinatori all'uopo delegati.

## **1.5. QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO: LA CERTIFICAZIONE IFS**

La qualità rappresenta da sempre un elemento fondamentale, se non addirittura il più importante: è il nostro impegno quotidiano, l'obiettivo costante di un certo modo di intendere il *business*.

Il sistema di gestione per la Qualità dell'Organizzazione è attualmente composto dalle seguenti certificazioni che dimostrano la nostra volontà di soddisfare elevati standard di qualità dei prodotti:

- **BIO** con QCertificazioni;
- **Fairtrade** con FLO-CERT;
- **IFS** con Bureau Veritas, con le seguenti specifiche: "*Fruits and vegetables – Sorting, labelling and packing in flow pack, plastic and card board trays, plastic nets, cardboard crates, and boxes of fresh fruits and vegetables. Bananas ripening*".

La nostra Società è inoltre dotata di un manuale di sicurezza alimentare che prevede e regola tutte le procedure relative alla qualità a cui si fa espresso rimando.

La **certificazione di prodotto IFS** (International Food Standard) rappresenta un particolare vantaggio per l'organizzazione, poiché costituisce un modello riconosciuto sia in Europa che nel resto del mondo. È uno degli standard relativi alla sicurezza alimentare riconosciuto dal **Global Food Safety Initiative** (GFSI), un'iniziativa internazionale il cui scopo principale è quello di rafforzare e promuovere la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura.



Le certificazioni come IFS garantiscono la conformità dei prodotti a determinati standard qualitativi e certificano che le procedure di lavorazione, stoccaggio, conservazione e distribuzione vengano seguite a regola d'arte. La certificazione IFS ha, in particolare, lo scopo di favorire l'efficace selezione dei fornitori di cibo a marchio della GDO, sulla base della loro capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge.

Lo standard individua gli specifici elementi di un sistema di gestione focalizzato sulla **qualità e sicurezza igienico-sanitaria** dei prodotti, che assume come riferimento per la pianificazione e implementazione la metodologia HACCP. I principali elementi per ottenere la certificazione in parola sono:

1. adozione delle **buone pratiche di riferimento**;
2. adozione di un **sistema HACCP**;
3. adozione di un **sistema di gestione della qualità** documentato;
4. controllo di **standard** per gli **ambienti di lavoro**, per il **prodotto**, per il **processo produttivo** e per il **personale**;
5. esistenza di **appropriate specifiche** per materie prime (compresi i materiali di imballaggio), prodotti finiti e intermedi, monitoraggio dei fornitori, posizionamento del sito, gestione dei rifiuti, standard igienici e di organizzazione del personale, controllo di processo.

Il possesso di questa certificazione presenta diversi vantaggi, in particolare la riconoscibilità internazionale dello standard che permette di rispondere alle richieste di clienti da tutta Europa.

## **1.6. CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO**

Come già evidenziato nella relazione sulla gestione al bilancio d'esercizio 31.12.2021, nonostante il perdurare della pandemia e dei relativi impatti sullo scenario economico globale, nel 2021 abbiamo proseguito nel nostro *trend* di crescita, operando con attenzione in un mercato ancora caratterizzato da timori ed incertezze.

Siamo stati in grado di aumentare il nostro giro d'affari mantenendo i livelli di marginalità dell'anno 2020 e migliorando ulteriormente – nonostante gli importanti investimenti – il nostro indebitamento finanziario netto.

La strategia di investimento e di crescita, consolidata nel corso degli ultimi esercizi, continua ad essere bilanciata tra importanti interventi di “filiera” sostenibile, attraverso la partecipazione diretta in attività di produzione agricola (in zone d'oltremare vocate alla produzione di qualità), e significativi aumenti della capacità di stoccaggio/maturazione e distribuzione, conseguibili mediante l'ampliamento ed il miglioramento tecnologico delle proprie piattaforme logistiche.

Lo sviluppo economico del nostro Gruppo ha ricadute dirette ed indirette in termini di valore aggiunto distribuito, creazione di lavoro e benessere, e generazione di risorse per la pubblica amministrazione.

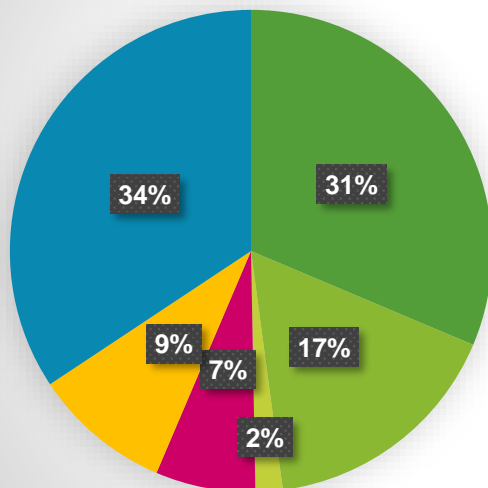
I ricavi dell'esercizio 2021 (della Battaglio S.p.A.) sono stati pari a Euro 193,2 milioni e sono stati generati principalmente in Italia.

Il “Valore Aggiunto Globale” generato e distribuito esprime la capacità di un'impresa di generare ricchezza a vantaggio dei propri *stakeholder*.

Nel corso del 2021 la Battaglio S.p.A. ha generato un Valore Aggiunto Globale netto pari a Euro 13 milioni.

Tale valore è stato distribuito principalmente per rafforzare la nostra struttura patrimoniale (34%) e in favore dei nostri dipendenti (31%), a testimonianza di una strategia aziendale di lungo periodo incentrata sulla valorizzazione delle nostre risorse interne.

## Distribuzione del Valore Aggiunto Globale



- Remunerazione del personale
- Remunerazione della Pubblica Amministrazione Nazionale
- Remunerazione della Pubblica Amministrazione Locale
- Remunerazione del Capitale di Credito
- Remunerazione del Capitale di Rischio
- Remunerazione dell'Azienda



Battaglio



frutta da vivere







FRESH GINGER  
PRODUCT OF CHINA

FRESH GINGER  
PRODUCT OF CHINA

FRESH GINGER  
PRODUCT OF CHINA

Sisti

Sisti

Battaglio  
frutto da vivere

Battaglio  
frutto da vivere

Battaglio  
frutto da vivere

tany

frutto da vivere

frutto da vivere

frutto da vivere

## 2. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

### 2.1. MATRICE STAKEHOLDER: ASPETTATIVE/MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

Le attività del nostro Gruppo e le modalità con cui esse vengono portate avanti sono di interesse per diversi gruppi di *stakeholder*. La mappatura dei portatori d'interesse è stata strutturata prendendo in considerazione tre principi fondamentali: **legittimità**, **potere** e **urgenza**.

I principali *stakeholder* individuati sono i seguenti:

STAKEHOLDER	ASPETTATIVE	MODALITÀ DI ENGAGEMENT
<b>CLIENTI GDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità, sicurezza e competitività del prodotto</li> <li>• Affidabilità</li> <li>• Fornitura continua</li> <li>• Trasparenza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri di approfondimento sulle tematiche principali del settore con i retailer</li> <li>• Partecipazione a fiere ed eventi dedicati all'ortofrutta</li> <li>• Incontri dedicati</li> </ul>
<b>CONSUMATORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità e sicurezza del prodotto</li> <li>• Reperibilità</li> <li>• Sostenibilità sociale e ambientale</li> <li>• Trasparenza della filiera produttiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione dei reclami</li> <li>• Comunicazione tramite siti web</li> <li>• Comunicazione tramite canali social</li> </ul>
<b>DIPENDENTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicurezze e formazione</li> <li>• Pari opportunità</li> <li>• Trasparenza nelle comunicazioni</li> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri dedicati</li> </ul>
<b>COOPERATIVA PARTNER ATTIVITÀ OPERATIVE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicurezze e formazione</li> <li>• Correttezza, trasparenza e continuità degli accordi contrattuali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri dedicati</li> <li>• Sviluppo di <i>partnership</i> durature</li> </ul>

STAKEHOLDER	ASPETTATIVE	MODALITÀ DI ENGAGEMENT
<b>FORNITORI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correttezza, trasparenza e continuità degli accordi contrattuali</li> <li>• Comunicazione della strategia di <i>business</i></li> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coinvolgimento e monitoraggio relativamente al rispetto di diritti umani e leggi sul lavoro</li> <li>• Incontri dedicati</li> <li>• Sviluppo di <i>partnership</i> durature</li> </ul>
<b>PARTNER COMMERCIALI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri dedicati</li> <li>• Sviluppo di <i>partnership</i> durature</li> </ul>
<b>AZIONISTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> <li>• Sostenibilità sociale, ambientale e economica</li> <li>• Gestione del rischio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicazione di risultati e possibili rischi futuri</li> <li>• Condivisione di obiettivi</li> </ul>
<b>BANCHE FINANZIARIE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> <li>• Sostenibilità sociale, ambientale e economica</li> <li>• Gestione del rischio</li> <li>• Rispetto della legislazione e delle norme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasmissione di documenti</li> <li>• Incontri dedicati</li> </ul>
<b>ISTITUZIONI LOCALI E UNIVERSITA'</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborazione</li> <li>• Trasparenza</li> <li>• Rispetto della legislazione e delle norme</li> <li>• Partecipazione alla pianificazione territoriale delle attività</li> <li>• Tutela del patrimonio territoriale</li> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri dedicati, tavoli di lavoro</li> <li>• Convegni</li> <li>• Possibilità di visitare gli stabilimenti</li> <li>• Trasmissione di pareri e documenti</li> <li>• Partecipazione a indagini e questionari</li> </ul>
<b>ENTI DEL TERRITORIO (VOLONTARIATO /ONG/FONDAZIONI)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione e distribuzione di valore</li> <li>• Tutela del patrimonio territoriale</li> <li>• Dialogo con le comunità</li> <li>• Infrastrutture e attività</li> <li>• Utilizzo delle risorse territoriali</li> <li>• Trasparenza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione di attività dedite allo sviluppo economico-culturale del territorio</li> <li>• Promozione di eventi sul territorio</li> <li>• Attività di incontro con comunità ed associazioni locali</li> <li>• Trasmissione di documenti</li> <li>• Partecipazione a indagini e questionari</li> </ul>



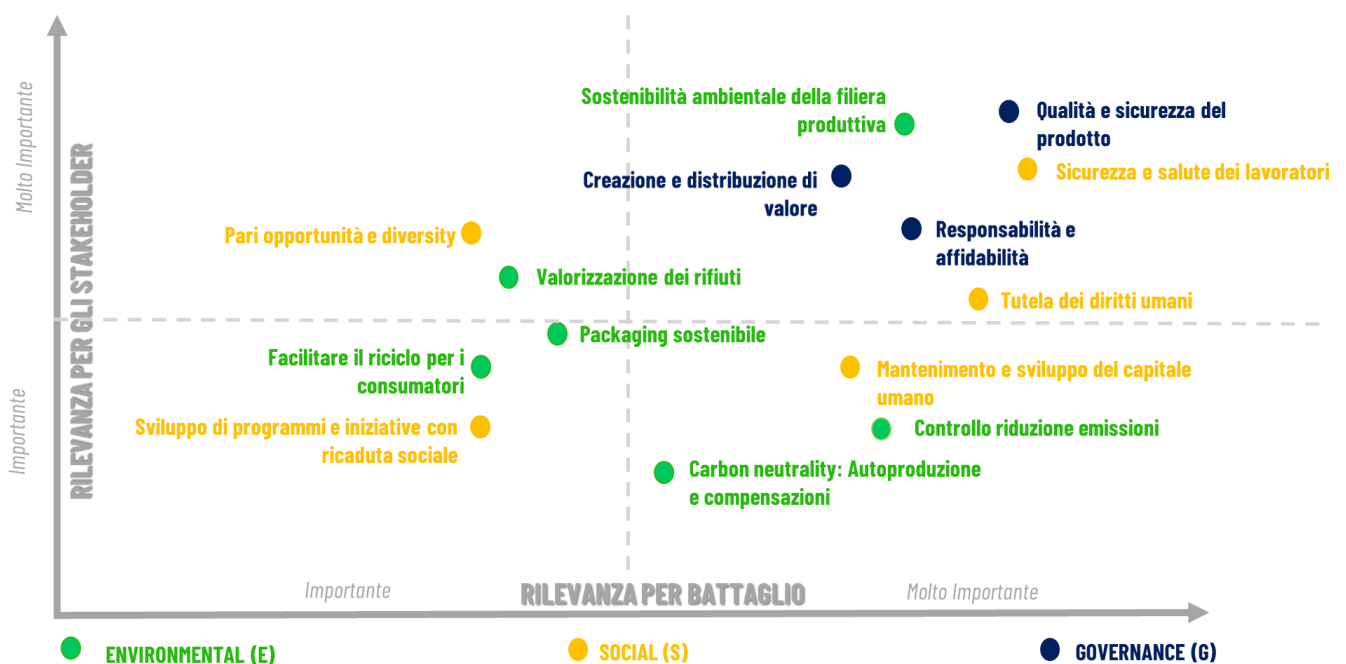
## 2.2. LA NOSTRA MATRICE DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità permette di identificare i temi prioritari per gli *stakeholder*, confrontandoli con le nostre priorità e con la strategia di sviluppo, anche al fine di individuare eventuali ambiti di miglioramento. Il risultato di questa analisi supporta la definizione degli obiettivi di sviluppo e dei temi per la redazione del bilancio di sostenibilità.

Per costruire la matrice è stata effettuata una analisi preliminare attraverso la quale sono stati individuati i temi materiali a livello di *Industry* e di settore di riferimento.

Successivamente, muovendo da tale analisi iniziale, abbiamo svolto una valutazione dei temi individuati da parte degli *stakeholder* interni ed esterni a Battaglio.

Il risultato di tale processo è consistito nella individuazione di 14 temi materiali, sinteticamente descritti nella seguente matrice di materialità:



L'asse delle ascisse rappresenta il grado di interesse che noi attribuiamo ai 14 temi materiali individuati, mentre l'asse delle ordinate riporta il grado di rilevanza che gli *stakeholder* esterni attribuiscono agli stessi temi.

I temi che si collocano nel quadrante in alto a destra del grafico, rappresentano quegli argomenti a cui è stata attribuita un'elevata importanza e verso i quali attribuiremo priorità di intervento nei prossimi anni.

Una spiccata rilevanza, sia per gli *stakeholder* esterni, sia per la nostra Società, viene registrata per il tema qualità e sicurezza del prodotto, che orienta in modo significativo il *business* aziendale. Anche temi quali sostenibilità ambientale della filiera produttiva e sicurezza e salute dei lavoratori trovano collocazione nella parte alta del grafico, ossia nell'area di alta rilevanza dei temi per entrambe le parti.

Tale risultato evidenzia il forte impegno ed interesse verso questi temi che da sempre poniamo a fondamento della nostra attività.

## 2.3. SDGs E TEMI MATERIALI

Negli ultimi anni abbiamo maturato la consapevolezza della necessità di garantire la sostenibilità economica, sociale e ambientale del nostro *business*. Per tale ragione abbiamo deciso di confrontarci con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030** (“SDGs”) dell'ONU, così da garantire resilienza, nel lungo termine, al nostro *business*.









In particolare, abbiamo effettuato un'operazione di raffronto degli SDGs con i temi materiali individuati con l'analisi di materialità per comprendere quali siano quelli a cui contribuiamo e potremo contribuire maggiormente in futuro.



In seguito all'individuazione dei 14 temi materiali presenti nell'analisi di materialità, abbiamo identificato i 6 principali SDGs riportati qui a fianco, al fine di poter elaborare una tabella di raccordo dalla quale emerga la correlazione con il perimetro degli impatti, il ruolo della nostra Società e i rischi di sostenibilità.

La seguente tabella pone in evidenza il modo in cui i temi materiali ritenuti rilevanti per la nostra Società siano in linea con gli SDGs individuati. Ad ogni tema materiale è associato uno specifico rischio di sostenibilità esposto proprio al fine di dimostrare la volontà dell'azienda di perseguire obiettivi a lungo termine, mantenendo un presidio costante nel tempo per ciascun tema.

TEMA MATERIALE	SDG	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	RUOLO DI BATTAGLIO	RISCHI DI SOSTENIBILITA'
Creazione e distribuzione di valore		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi di compliance e legati al comportamento etico
Qualità e sicurezza del prodotto		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi di compliance e legati al comportamento etico
Responsabilità e affidabilità		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi di compliance e legati al comportamento etico
Mantenimento e sviluppo del capitale umano		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi legati al personale
Sicurezza e salute dei lavoratori		Battaglio S.p.A. e fornitori	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A. e Indiretto causato da fornitori	Rischi legati al personale
Pari opportunità e diversity		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi legati al personale
Tutela dei diritti umani	 	Battaglio S.p.A. e fornitori	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A. e Indiretto causato da fornitori	Rischi legati alla catena di fornitura e subappalti
Sostenibilità ambientale della filiera produttiva	  	Battaglio S.p.A. e fornitori	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A. e Indiretto causato da fornitori	Rischi legati alla catena di fornitura e subappalti
Controllo riduzione emissioni		Battaglio S.p.A. e fornitori di energia	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi regolatori ambientali

TEMA MATERIALE	SDG	PERIMETRO DEGLI IMPATTI	RUOLO DI BATTAGLIO	RISCHI DI SOSTENIBILITA'
<b>Valorizzazione dei rifiuti</b>	  	Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi regolatori ambientali
<b>Packaging sostenibile</b>	 	Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi regolatori ambientali
<b>Facilitare il riciclo per i consumatori</b>		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi regolatori ambientali
<b>Autoproduzione energetica</b>		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi regolatori ambientali
<b>Sviluppo di programmi e iniziative con ricaduta sociale</b>		Battaglio S.p.A.	Diretto - Causato da Battaglio S.p.A.	Rischi di compliance e legati al comportamento etico

## 2.4. FATTORI DI RISCHIO E MODALITÀ DI GESTIONE

Considerando la complessità delle attività operative svolte e il fatto che il rischio rappresenta una componente fondamentale dell'attività di impresa, abbiamo delineato un processo di identificazione e di mappatura delle aree operative maggiormente esposte al rischio, al fine di adottare misure di prevenzione e di protezione idonee a governarli e a ridurre l'impatto.

Gli obiettivi da noi perseguiti sono, in particolare, i seguenti:

- ***diffondere all'interno della nostra azienda la cultura di prevenzione e mitigazione dei rischi;***
- ***contribuire al processo di pianificazione strategica attraverso la definizione della propensione al rischio;***
- ***contribuire al raggiungimento degli obiettivi tramite l'identificazione dei rischi, la loro valutazione e l'implementazione di risposte adeguate;***
- ***assicurare tramite un eventuale reporting periodico la trasparenza sul profilo di rischio assunto e sulle strategie di gestione attuate.***

Tra i rischi da noi identificati si possono annoverare:

- ***rischi economici***
- ***rischi socio-politici per i paesi di importazione***
- ***rischi di dipendenza dalla GDO***
- ***rischi finanziari***
- ***rischi legali***
- ***rischi non finanziari e non economici (impatti ambientali; reputazione; sviluppo delle comunità dei paesi di importazione...)***
- ***rischi di supply chain***

Con riferimento specifico all'ultimo rischio, e in considerazione dell'attuale contesto geopolitico e macroeconomico, abbiamo in essere una *policy* interna di approvvigionamento che richiede, per ogni tipologia di prodotto, almeno due fornitori in due zone di origine differenti. Nel caso degli ananas, per i quali il 95% della produzione mondiale si trova in Costa Rica, tale *policy* è stata implementata attraverso la selezione di due fornitori localizzati in aree differenti del paese.

Un'impresa senza valori è un'impresa senza valore. Muovendo da questo assunto, la nostra Società pone l'etica alla base dei valori delle persone che in essa o con essa lavorano e la considera non un costo, ma un investimento in termini di capacità competitiva, autorevolezza e integrazione sociale.



Noi riteniamo il Codice Etico un riferimento fondamentale e concreto a cui conformare la nostra organizzazione aziendale nel suo complesso ed in ogni singola scelta gestionale, consapevole che la responsabilità sociale incide in modo decisivo sullo sviluppo economico del territorio a cui appartiene.

Il Codice Etico definisce i valori di responsabilità sui quali si fonda il rapporto della nostra Società con ciascuna categoria di *stakeholder*, e diventa strumento di garanzia per la gestione efficace delle transazioni e delle relazioni umane nel rispetto dell'equità e della buona reputazione dell'impresa.

In particolare, la gestione e mitigazione dei rischi aziendali non può prescindere dall'osservanza dei seguenti principi:

### **ONESTÀ**

*L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività dell'azienda e per le sue iniziative e costituisce valore essenziale della gestione organizzativa. I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, collaborazione, lealtà e rispetto reciproco. In nessun caso il perseguimento dell'interesse aziendale può giustificare una condotta non onesta.*

### **LEGALITÀ**

*Crediamo fermamente nel valore del lavoro e consideriamo la legalità, la correttezza e la trasparenza dell'agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi economici, produttivi e sociali.*

### **RIPUDIO DI OGNI DISCRIMINAZIONE**

*Nelle relazioni umane e aziendali (gestione del personale e organizzazione del lavoro, selezione e gestione dei fornitori, rapporto con la comunità circostante e con le istituzioni che la rappresentano), ripudiamo ogni tipologia di discriminazione, in particolare in base a età, sesso, sessualità, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose dei suoi interlocutori.*

### ETICA DEGLI AFFARI

*La storia, l'identità e i valori dell'azienda sono improntati ad un'etica degli affari fondata su affidabilità, solidità, trasparenza, correttezza in ambito contrattuale e rispetto della concorrenza.*

### INTEGRITÀ DI COMPORTAMENTO E RISPETTO DI LEGGI E REGOLAMENTI

*Ci impegniamo a realizzare e fornire servizi di qualità ed a competere sul mercato secondo principi di equa e libera concorrenza e trasparenza, mantenendo rapporti corretti con tutte le istituzioni pubbliche, governative e amministrative, con la cittadinanza e con le imprese terze. Operiamo nel rigoroso rispetto della Legge e ci adoperiamo affinché tutto il personale agisca in tale senso: le persone devono tenere un comportamento conforme alla Legge, quali che siano il contesto, le attività svolte e i luoghi in cui esse operano. Tale impegno vale anche per i consulenti, fornitori, clienti e per chiunque abbia rapporti con la nostra organizzazione.*

### SALUTE DEL CONSUMATORE

*Siamo consapevoli di lavorare e distribuire prodotti alimentari ortofrutticoli di alta qualità destinati a tutti i consumatori di tutte le fasce di età, e per questa ragione consideriamo assolutamente prioritaria e non derogabile la sicurezza alimentare. Tutte le persone coinvolte nel processo di produzione, lavorazione e commercializzazione si devono adoperare affinché il prodotto non metta a rischio la salute del consumatore. Siamo inoltre consapevoli di operare in un settore, l'agroalimentare, a forte impatto sociale e nel quale le questioni ambientali hanno assunto negli ultimi anni centralità e importanza. Per questo ci impegniamo a garantire adeguati livelli di sostenibilità economica, sociale e ambientale nel contesto territoriale in cui operiamo, adottando una strategia in linea con i valori e i principi che stanno alla base della "Responsabilità Sociale di Impresa". La nostra identità aziendale è modellata su principi quali la produzione e lo sviluppo di prodotti di qualità, ricerchiamo le migliori condizioni operative per il rispetto dell'uomo e dell'ambiente e promuoviamo la comprensione e l'armonia tra gli individui, la tecnologia e la natura.*

Il Codice Etico è portato a conoscenza di tutti i soggetti interni ed esterni interessati o comunque coinvolti dalla missione dell'azienda, attraverso la sua pubblicazione sul sito internet e mediante apposite attività di comunicazione e formazione. Al momento della stipula di contratti o di accordi dotiamo i nostri interlocutori di una copia del Codice Etico e ne chiediamo l'espressa approvazione e adesione.

Con orgoglio possiamo affermare che nel corso del 2020 e del 2021 non si sono registrati casi di corruzione e/o di violazione del Codice Etico.

## 2.5. FOCUS: RISCHI DERIVANTI DAL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Operando in un settore particolarmente esposto al cambiamento climatico attualmente in atto, abbiamo ritenuto opportuno valutare in una sezione specifica i rischi derivanti dalle dinamiche ad esso collegate.

Le nostre attività verranno infatti sicuramente influenzate dalla necessaria transizione verso un'*economia low carbon* e da rischi fisici di natura acuta legati all'aumento di *fenomeni meteorologici estremi* come siccità e alluvioni o fenomeni di natura cronica (legati a cambiamenti a medio-lungo termine dei modelli ambientali).

In considerazione del rischio legato al mutamento climatico ormai sempre più imminente, per cercare di non incorrere in difficoltà di approvvigionamento dei nostri prodotti (come già illustrato nel *par. 2.4*) stiamo adottando una policy interna di approvvigionamento che richiede, per ogni tipologia di prodotto, almeno due fornitori in due zone di origine differenti.

Inoltre, nell'ottica di fornire il nostro contributo per la salvaguardia dell'ecosistema, operiamo ponendo la nostra attenzione e il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale (vedi *infra cap. 4*), a partire dalla scelta di fornitori che agiscano nel maggior rispetto possibile dell'ambiente che li circonda e realizzando diversi progetti di efficienza energetica che combinati con l'aumento di autoproduzione da fonti rinnovabili e alle iniziative di riciclo, riutilizzo

o recupero di tutti i materiali coinvolti nel processo produttivo (vedi *infra cap.4*) mirano a ridurre il più possibile la nostra impronta ecologica.

---

## 3. I NOSTRI FORNITORI E LA *SUPPLY CHAIN*

---



**Il 100% dei nostri fornitori di filiera sono certificati GLOBALG.AP e GRASP**



**L'obiettivo è avere, entro il 2024, il 100% dei fornitori di sistema certificati GLOBALG.AP e almeno il 75% certificati GRASP.**

Ogni tipologia di frutta ha le proprie caratteristiche, stagionalità e metodi di lavorazione. Il segreto della qualità parte dal territorio. Ci sono infatti Paesi che hanno caratteristiche climatiche, morfologiche e con proprietà del suolo più adatte a produrre frutta particolarmente pregiata. Alcuni esempi:

- **Le banane vengono importate principalmente da Perù, Costa Rica, Colombia**
- **L'ananas arriva dal Costa Rica**

Il resto della frutta dai paesi più vocati di ogni continente.

A livello di organizzazione interna, abbiamo classificato i fornitori di prodotti secondo le seguenti diverse categorie:

- **Fornitori di Filiera:** sono i fornitori di maggiore rilevanza dal punto di vista strategico e di supporto per la nostra attività. Considerata l'importanza attribuita a tali fornitori, effettuiamo audit di verifica ogni anno che attestino non solo la qualità delle pratiche agricole e dei metodi di coltivazione, ma anche il rispetto di temi etici e ambientali.
- **Fornitori di Sistema:** sono i nostri fornitori stabili. Per questa ragione svolgiamo, a campione, audit di verifica sulle certificazioni ed effettuiamo analisi chimico-fisiche sui

*prodotti, al fine di garantire uno standard sempre elevato di qualità. I Fornitori di Sistema possono divenire tali dopo essere stati Fornitori Generici, previa valutazione positiva da parte del nostro Amministratore Delegato.*

- **Fornitori Generici:** *sono i fornitori di minor rilevanza che garantiscono l'approvvigionamento di frutta per i mercati all'ingrosso e che dunque consentono alla nostra società di offrire una gamma di prodotti idonea ad attrarre la fetta di mercato rappresentata dai commercianti ambulanti e negozianti. Tali fornitori sono, in ogni caso, selezionati sulla base del rispetto di alcuni requisiti fondamentali che garantiscano la qualità del prodotto quale, ad esempio, l'adozione di certificazioni che attestino la qualità dei metodi di produzione e degli standard di coltivazione. Il processo di selezione dei Fornitori Generici si conclude con apposita approvazione dell'Amministratore Delegato.*

La politica di selezione e di valutazione dei fornitori consiste nella scelta di aziende che garantiscano una gestione sana e che si occupino direttamente della cura e della qualità del prodotto senza l'ausilio di intermediari, al fine di instaurare un rapporto trasparente, proficuo e duraturo nel tempo.

I nostri responsabili visitano periodicamente le piantagioni di frutta nei paesi di origine, osservano attentamente i processi produttivi e interagiscono personalmente con i fornitori con cui viene intrapresa una collaborazione. Ciò ci consente di toccare con mano la qualità dei prodotti che offriamo ai nostri consumatori finali.

Questo approccio ci ha permesso di sviluppare *partnership* commerciali di lunga durata che oggi rappresentano una fonte di vantaggio fortemente competitivo.

Infatti, analizzando i nostri primi 35 fornitori strategici classificati internamente per ordine di importanza, 27 sono Fornitori di Filiera mentre i restanti 8 sono rappresentati da Fornitori di Sistema. Di tali 35 fornitori, 29 hanno un numero di dipendenti superiore a 100 mentre 6 un numero stimato di dipendenti inferiore a 100.



Con 17 dei 35 fornitori di riferimento, intratteniamo un rapporto commerciale assai longevo, superiore a 10 anni, mentre con altri 17 fornitori abbiamo instaurato rapporti commerciali da un periodo temporale compreso tra 3 anni e 10 anni. Si tratta, dunque, di *partner* con cui abbiamo, ormai, instaurato rapporti solidi, trasparenti e di reciproca fiducia. Solo in un caso dei 35 fornitori citati abbiamo avviato un rapporto commerciale da meno di tre anni: si tratta di una recente collaborazione per incrementare l'approvvigionamento di avocado.

### **3.1. DIRITTI UMANI: CONTROLLO, PRASSI E VERIFICHE**

Il settore agroalimentare è particolarmente esposto al rischio di violazioni dei diritti umani: numerose fasi di lavorazione all'interno della filiera produttiva richiedono infatti (soprattutto nei momenti iniziali di coltivazione e raccolta della frutta) un notevole sforzo fisico. Tali fasi possono quindi essere, soprattutto nei Paesi in via di Sviluppo con i quali ci relazioniamo per l'approvvigionamento dei prodotti, oggetto di forme di lavoro obbligatorio, forzato o minorile.

Per questo motivo abbiamo deciso di rivolgerci soltanto a fornitori che garantiscano la possibilità di adottare il marchio **FAIRTRADE**, il quale, attraverso un sistema di certificazione internazionale, garantisce che i prodotti con il suo simbolo siano stati prodotti nel rispetto dei diritti dei produttori e dei lavoratori in Asia, Africa e America Latina e siano stati acquistati secondo i criteri del **Commercio Equo e Solidale**.

Fairtrade garantisce un prezzo equo e stabile ai produttori del Sud del Mondo (*Fairtrade minimum price*) e un margine aggiuntivo da investire in progetti sociali e sanitari per le comunità e il rispetto delle colture locali (*Fairtrade Premium*).

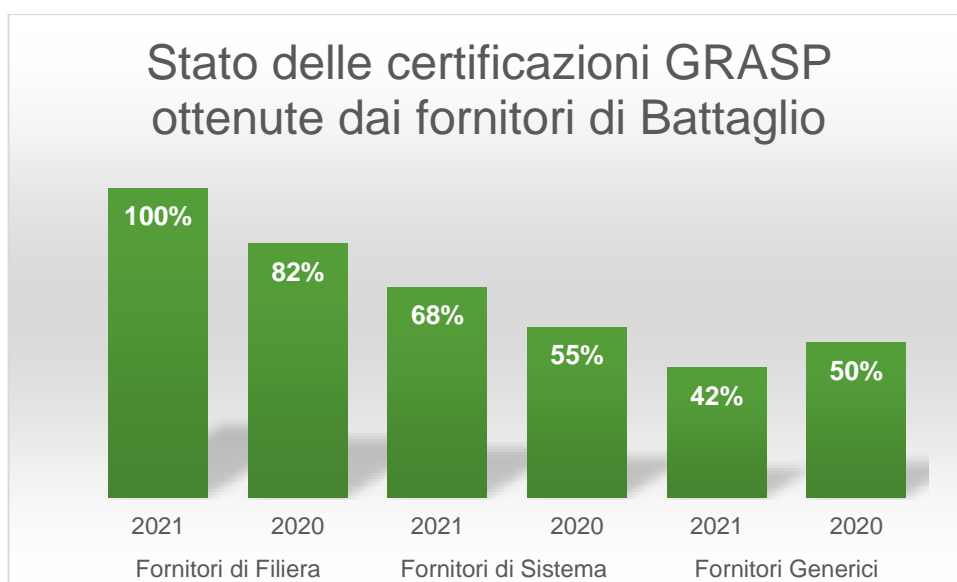
## 3.2. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE DELLA NOSTRA FILIERA PRODUTTIVA

Come già accennato, il rispetto e la sostenibilità dell'ambiente rappresentano un obiettivo prioritario nella gestione dell'intera catena di valore. Si tratta infatti di un pre-requisito fondamentale per garantire la resilienza nel lungo termine del nostro *business* e mitigare al contempo gli effetti del cambiamento climatico.

Per questo motivo, la selezione dei nostri fornitori è incentrata sul possesso, da parte dei coltivatori locali, di certificazioni ambientali e sociali riconosciute a livello internazionale che attestino la qualità delle pratiche agricole e gli standard di coltivazione e gestione dei terreni.

In tal senso, ci stiamo adoperando affinché tutti i nostri fornitori ottengano la certificazione **GRASP (GLOBALG.AP Risk Assessment on Social Practice)**, che consiste in un modulo aggiuntivo volontario concepito allo scopo di valutare le pratiche sociali delle aziende agricole. Il catalogo dei requisiti è composto da 11 requisiti standardizzati che affrontano aspetti specifici della salute, della sicurezza e del welfare dei lavoratori.

Il seguente grafico illustra lo stato delle certificazioni GRASP ottenute dai nostri fornitori



Emerge dal grafico sopra riportato come il nostro obiettivo, soprattutto con riguardo alle categorie di fornitori più importanti, sia in dirittura d'arrivo: nel 2021, infatti, il 100% dei nostri fornitori di filiera ed il 68% dei nostri fornitori di sistema sono certificati GRASP o equivalenti.

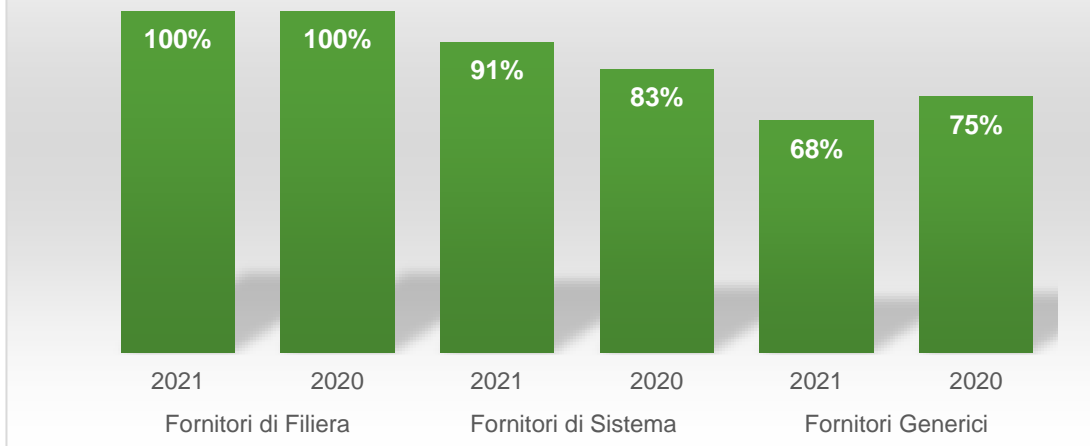
Inoltre, la quasi totalità dei nostri fornitori è certificata **GLOBALG.AP**.

Il protocollo GLOBALG.AP è nato nel 1997 dall'iniziativa di alcune tra le più importanti catene distributive europee, allo scopo di offrire ai consumatori prodotti di qualità nel settore agroalimentare che siano sicuri, rispettosi dell'ambiente e prodotti nel rispetto della salute dei lavoratori. Si tratta di un sistema di certificazione di qualità il cui obiettivo principale è quello di migliorare la sicurezza alimentare, garantendo la conformità ad alcuni standard prescritti. Per ottenere la certificazione GLOBALG.AP è necessario rispettare determinati requisiti relativi ad aspetti ambientali (quali gestione del terreno e dei rifiuti), di prodotto (fitofarmaci impiegati, tecniche di irrigazione, protezione delle colture, modalità di raccolta e trattamenti post raccolta), alla salute degli animali ed alla salute e sicurezza dei lavoratori.

A partire dal 2021 è stata implementata la nostra *policy* interna che richiede che per poter intrattenere rapporti commerciali con la nostra Società i nuovi fornitori siano certificati GLOBALG.AP (o equivalenti).

Il seguente grafico illustra lo stato delle certificazioni GLOBALG.AP. ottenute dai nostri fornitori.

## Stato delle certificazioni GLOBALG.AP ottenute dai fornitori Battaglio



Inoltre, il nostro sistema di gestione per la Qualità dell'Organizzazione è certificato con il marchio **BIO**, il quale viene rilasciato alle aziende che ottengono la certificazione secondo lo schema Reg. UE 848/2018. I principi alla base della certificazione biologica definiscono un metodo di produzione a favore di quelle forme di coltivazione e allevamento propense alla conservazione di sistemi biologici produttivi e sfavorevoli all'attuazione di interventi invasivi che prevedano l'utilizzo di sostanze chimiche di sintesi.

I principi tecnici essenziali dell'agricoltura biologica sono:

- l'importanza accordata agli aspetti fisici e microbiologici del terreno e al loro miglioramento
- la fertilizzazione a base organica, completata eventualmente da apporti minerali, meglio se di origine naturale
- la protezione fitosanitaria basata sulla prevenzione eventualmente completata da trattamenti effettuati con prodotti autorizzati da specifiche norme di produzione e secondo schemi di certificazione
- il controllo delle infestanti attraverso pratiche colturali e interventi meccanici
- il divieto di utilizzo di prodotti e ingredienti ottenuti o derivati da organismi geneticamente modificati (OGM).

---

## 4. USO E GESTIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE NATURALI

---



GHG Scope 1= 130 tonCO2 eq  
GHG Scope 2= 2.899 tonCO2 eq



*Obiettivi definiti sulla base dello Science based target initiative 2026*

La **sostenibilità ambientale**, intesa come rispetto e tutela dell'ambiente, è ormai una prerogativa imprescindibile per garantire lo sviluppo del nostro *business* nel breve e lungo periodo.

L'attenzione ecologica si manifesta, oltre che nei prodotti, anche attraverso i nostri processi di utilizzo di fonti di energia rinnovabili, di adozione di imballaggi ecocompatibili (carta e cartone) e di controllo e progressiva riduzione degli scarti di lavorazione.

L'**impatto ambientale** della nostra Società può essere stimato facendo riferimento ai seguenti ambiti principali: i consumi energetici derivanti dalla movimentazione e dallo stoccaggio delle merci, l'utilizzo di materiali per il commercio dei prodotti (*packaging*), il consumo di acqua e l'eventuale scarto derivante dalla lavorazione.

## 4.1. I NOSTRI CONSUMI ENERGETICI

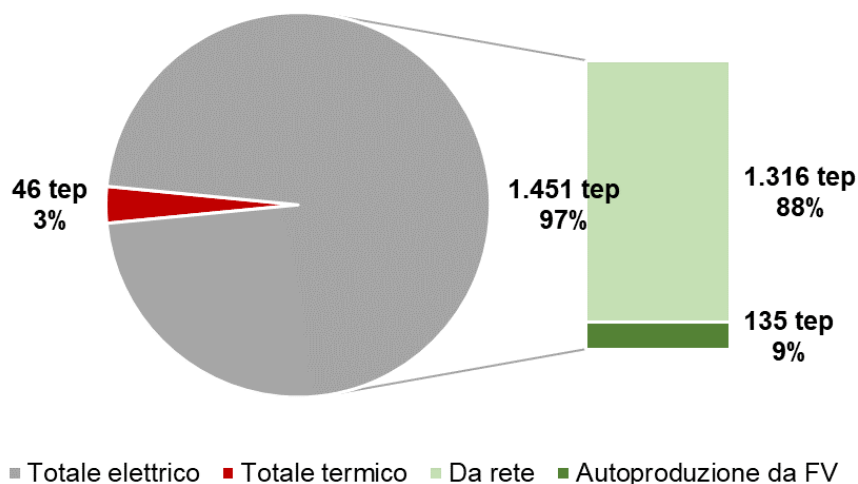
Siamo da sempre attenti ai nostri consumi energetici e, già dal lontano 2008, abbiamo iniziato un importante percorso di energy management al fine di conoscere e monitorare i nostri consumi e costruire le basi per individuare progetti di efficienza energetica che ci consentissero di ridurre il nostro impatto energetico, in un'ottica di rispetto dell'ambiente. In linea con gli **SDGs**, e in particolare con i numeri **7 Affordable and Clean Energy**, **11 Sustainable Cities and Communities** e **13 Climate Action**, il Gruppo sta lavorando con particolare impegno per raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi in tema di riduzione dei consumi e delle emissioni

Nei nostri stabilimenti di Sito (Torino) e Guidonia (Roma), dove riceviamo frutta proveniente da coltivazioni di tutto il mondo, principalmente da Ecuador, Costa Rica e Colombia, vengono consumati energia elettrica, gas naturale e gas di petroli liquefatti (GPL) utilizzati per la produzione e per la climatizzazione degli ambienti.

La frutta affidata agli stabilimenti viene smistata e, a seconda delle esigenze, conservata o fatta maturare prima di essere selezionata e confezionata. La conservazione avviene in apposite celle frigorifere con temperature variabili, a seconda dei prodotti, tra -1°C e i 13.5°C. Impianti simili caratterizzano le celle di maturazione ove è possibile combinare vari fattori, come la temperatura e la concentrazione di etilene, un gas naturale che alcuni frutti, detti *climaterici*, sono in grado di produrre anche dopo il distacco dalla pianta. Il sistema energetico a supporto di questi processi è costituito da impianti frigoriferi, alimentati da energia elettrica e principali responsabili dei consumi energetici degli stabilimenti. A questi si aggiunge poi la domanda per i servizi ausiliari, come ad esempio il funzionamento di pompe e compressori e per i servizi generali, come illuminazione e condizionamento degli ambienti di lavoro (stabilimenti e uffici). In ultimo, a completamento del bilancio energetico, vanno considerati il gas naturale e il GPL utilizzati per il riscaldamento.



Nell'anno 2021, il consumo totale di energia elettrica è stato di 7.759 MWh, dati dalla somma dell'approvvigionamento dalla rete elettrica nazionale e dell'autoproduzione, grazie agli impianti fotovoltaici di proprietà dell'azienda, installati sulla copertura degli stabilimenti. Per quanto riguarda gli altri combustibili i consumi sono in confronto molto più bassi, 70.799 l di GPL a Sito e 7.741 Smc di gas naturale a Guidonia. Per poterli confrontare tra loro e avere



chiaro il peso che ciascuna voce ha sul totale, i consumi sono tutti stati trasformati in tep (tonnellate equivalenti di petrolio): risulta così che i consumi di gas naturale e GPL per la produzione di energia termica, ovvero per il riscaldamento sono responsabili solamente del 3% dei consumi totali.

In un'ottica di continuo miglioramento e di controllo del nostro impatto energetico, monitoriamo costantemente i nostri consumi energetici al fine di evidenziare eventuali derive rispetto ai dati storici ed intervenire prontamente per riportarli sotto controllo oltre che effettuare analisi e benchmarking tra i nostri due stabilimenti di Sito e Guidonia. A livello di consumi di energia elettrica, le quote più rilevanti, coerentemente con quello che è il *core business* dell'azienda, sono quelle per l'alimentazione delle celle frigorifere dove viene conservata la frutta.

Allo scopo di quantificare l'intensità energetica dei prodotti in uscita dai nostri stabilimenti abbiamo definito degli indicatori che ben rappresentassero la nostra realtà produttiva, in particolare sono stati calcolati:

- A. i tep per tonnellata di frutta in uscita dagli stabilimenti;
- B. i megawattora di energia elettrica consumata per tonnellata di frutta in uscita dagli stabilimenti;
- C. i megawattora di energia elettrica consumata per il trattamento e il confezionamento delle banane per tonnellata di banane in uscita dagli stabilimenti.

Il primo indicatore è stato calcolato per avere un'idea dei consumi totali rapportati a quello che è il nostro prodotto.

Il secondo in quanto ben rappresenta le performance energetiche, dal momento che i consumi di energia elettrica sono allo stesso tempo quelli più rilevanti in termini assoluti e quelli che più sono influenzati dai volumi di frutta trattati.

Il terzo perché le banane rappresentano in peso più del 50% del totale della frutta trattata e sono quindi responsabili di una significativa quota di consumi.

#### A. INTENSITÀ ENERGETICA

<b>SITO</b>	$11 \times 10^{-3} \text{ tep/ton}_{\text{frutta}}$	<b>TOTALE</b>	$12 \times 10^{-3} \text{ tep/ton}_{\text{frutta}}$
<b>GUIDONIA</b>	$13 \times 10^{-3} \text{ tep/ton}_{\text{frutta}}$		

#### B. INTENSITÀ ENERGETICA – ENERGIA ELETTRICA

<b>CONSUMO</b>			7.758 MWh <sub>el</sub>
<b>SITO</b>	$57 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{frutta}}$	<b>TOTALE</b>	$62 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{frutta}}$
<b>GUIDONIA</b>	$67 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{frutta}}$		

#### C. INTENSITÀ ENERGETICA – ENERGIA ELETTRICA PER TRATTAMENTO E CONFEZIONAMENTO BANANE

<b>CONSUMO</b>			2.788 MWh <sub>el</sub>
<b>SITO</b>	$33 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{banane}}$	<b>TOTALE</b>	$43 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{banane}}$
<b>GUIDONIA</b>	$53 \times 10^{-3} \text{ MWh}_{\text{el}}/\text{ton}_{\text{banane}}$		

Per raggiungere questi risultati e per migliorarli ancora, negli anni abbiamo realizzato e stiamo realizzando diversi progetti di efficienza energetica volti non solo alla riduzione dei nostri consumi, ma anche all'aumento dell'autoproduzione da fonti rinnovabili, in linea con i SDG 7 e 13. I progetti su cui stiamo concentrando i nostri sforzi sono:

1. **La sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali**: con più efficienti tecnologie a LED (*relamping*) che permetteranno un risparmio pari a circa 0,5% dei consumi totali.
2. **Impianto fotovoltaico a Sito**: a partire da giugno 2021 è operativo sulla copertura dello stabilimento di Sito un impianto fotovoltaico che ha consentito di coprire parte dei fabbisogni di energia elettrica.
3. **Progetto di ampliamento dell'impianto fotovoltaico di Guidonia**: in seguito all'installazione del nuovo impianto fotovoltaico a Sito, con l'intento di massimizzare l'autoproduzione e sfruttare al meglio le potenzialità delle fonti rinnovabili stiamo valutando la fattibilità di un ampliamento del già esistente impianto di Guidonia.
4. **Progetto Cloven**: implementazione del sistema **SCADA** di monitoraggio dei consumi energetici che consentiranno di avere dati precisi e frequenti su questi ultimi e quindi di controllarli e ottimizzarli.
5. **Progetto comunità energetica**: valutazione in corso circa la creazione di una Comunità Energetica Rinnovabile nei pressi dello stabilimento di Sito, con l'obiettivo di aumentare la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e condividere l'eventuale energia in eccesso con le realtà vicine.

## 4.2. L'AUTOPRODUZIONE ENERGETICA

Come anticipato nel paragrafo precedente, parte integrante del nostro impegno per il miglioramento della nostra politica energetica è il tema dell'autoproduzione da fonti rinnovabili. Con l'installazione di impianti fotovoltaici abbiamo generato sfruttando la sola energia solare un totale di 723 MWh nel 2021. Di questa, quasi il 100% è stata autoconsumata per coprire parte dei fabbisogni energetici, consentendo così anche una riduzione delle perdite di rete a cui il trasporto dell'energia elettrica è inevitabilmente legato. La restante minima parte non autoconsumata è stata invece immessa in rete.

## 4.3. LE NOSTRE EMISSIONI

L'attenzione all'ambiente e la riduzione dell'impatto della propria attività sono importanti elementi della nostra politica aziendale. Per calcolare la nostra carbon footprint e identificare le opportunità di riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra (**GHG**), è fondamentale rendicontare le emissioni suddividendole in varie categorie (così come suggerito dal *GHG Corporate Protocol Standard*). Per questo motivo abbiamo deciso di contabilizzare:

- **Emissioni di Scopo 1:** Le emissioni dirette di *Greenhouse Gases* derivanti da uso diretto di carburante e combustibili, nello specifico GPL e gas naturale.
- **Emissioni di Scopo 2:** Le emissioni indirette di *Greenhouse Gases* da consumi energetici sia *location-based* che *market-based*, derivanti ad esempio dal consumo di energia elettrica acquistata sulla rete.
- **Emissioni di Scopo 3 – Categoria 4 – Upstream transportation and distribution:** Le emissioni indirette di *Greenhouse Gases* da sorgenti che non sono di proprietà o che non sono controllate dall'organizzazione relative al trasporto delle banane dal punto di produzione fino al perimetro della nostra organizzazione.
- **intensità delle emissioni di GHG**, definendo opportuni **KPI** relativi alla *Carbon Footprint*.

Infine, si darà evidenza degli **obiettivi di riduzione** delle emissioni che ci daremo a breve, medio o lungo termine.

Gli obiettivi saranno determinati in termini di **riduzioni percentuali** delle emissioni di **Scopo 1** e **2** sulla base scenario previsto dalla **Science Based Target initiative (SBTi)** denominato **1.5°C** che prevede circa il 50% di probabilità di limitare l'aumento delle temperature ad 1.5°C entro il 2100.

Abbiamo deciso di determinare i nostri obiettivi di riduzione attraverso lo standard **SBTi** in quanto è allineato agli accordi di Parigi.

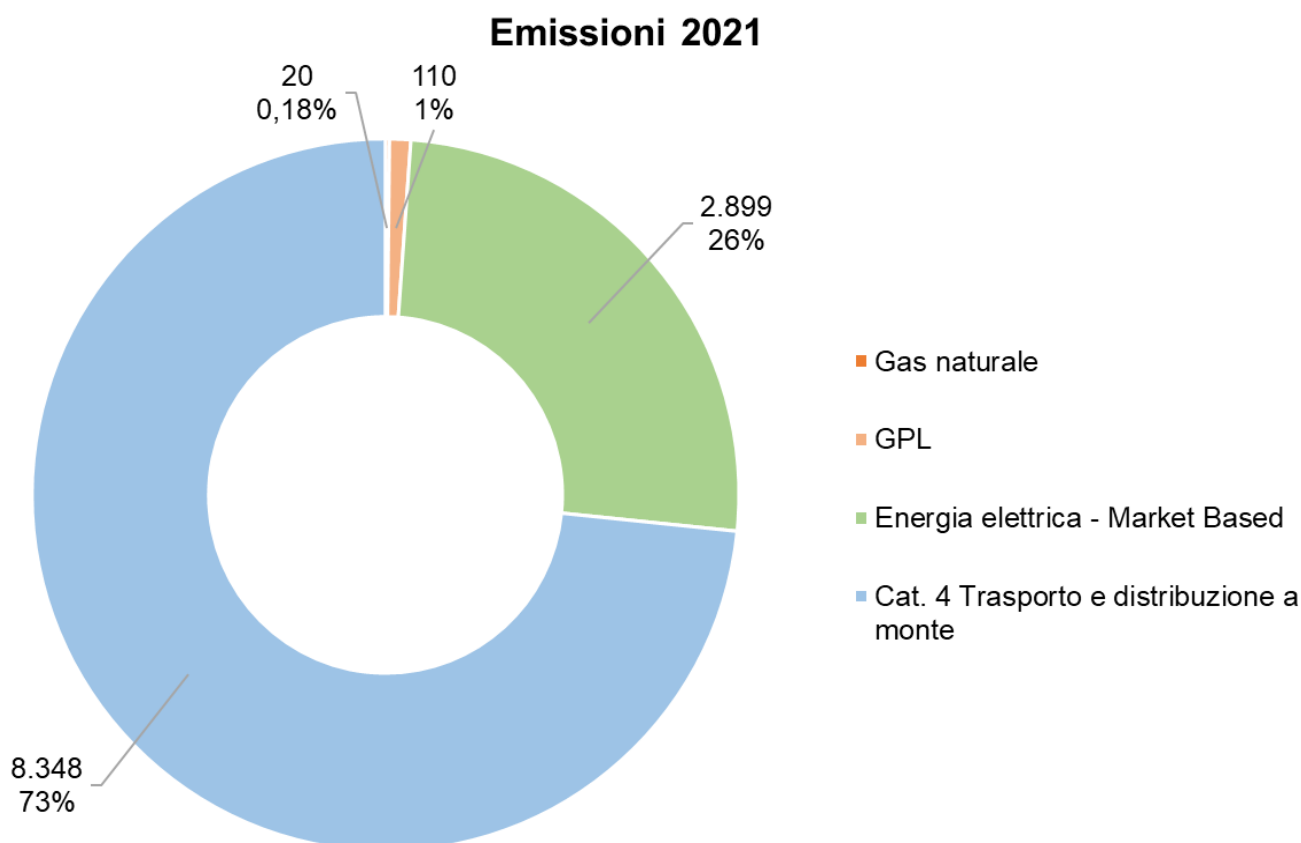
A valle dell'analisi a cui ci siamo sottoposti con l'obiettivo di quantificare l'impatto in termini di emissioni di **GHG**, le emissioni di Scopo 1 per il 2021 sono risultate pari a 130 tonCO<sub>2, eq</sub>. I responsabili delle emissioni ascrivibili a questa categoria sono il consumo di gas naturale e di GPL per il riscaldamento.

Le emissioni di Scopo 2, dovute alla generazione dell'energia elettrica consumata negli stabilimenti, per il 2021 sono state pari a 2.899 tonCO<sub>2, eq</sub>. Coprendo una quota dei consumi con l'energia autoprodotta dai nostri impianti fotovoltaici, abbiamo evitato l'emissione in atmosfera di 290 tonCO<sub>2, eq</sub>.

Per le emissioni di Scopo 3, considerando la complessità della nostra realtà produttiva che coinvolge sia la filiera di distribuzione a monte che la grande e piccola distribuzione a valle, nonché l'uso di materie prime (frutta) prodotte in tutto il mondo e trasportate da tutto il mondo in Italia, si è deciso di rendicontare la parte relativa allo Scopo 3 – Categoria 4 – *Upstream transportation and distribution* concentrandoci, in via iniziale e sperimentale, esclusivamente sul trasporto delle banane dai produttori fino ai nostri due stabilimenti, in quanto attività significativa in termini di emissioni nel quadro completo della catena del valore. Risultano rientranti nello Scopo 3 (Categoria 4) 8.348 tonCO<sub>2, eq</sub> calcolate tracciando il viaggio delle sole banane, principale frutto da noi trattato. Il primo tratto, via terra, è quello che va dalle località dove vengono coltivate, Venecia (Costa Rica) e Apartado (Colombia), ai porti di partenza; i

frutti vengono caricati su navi con destinazione Italia, nello specifico i porti di Vado, Genova, Livorno e Civitavecchia; in ultimo le banane vengono trasportate da camion fino agli stabilimenti. I GHG emessi dai diversi mezzi utilizzati lungo il tragitto dei frutti sono quelli rientranti nello Scopo 3.

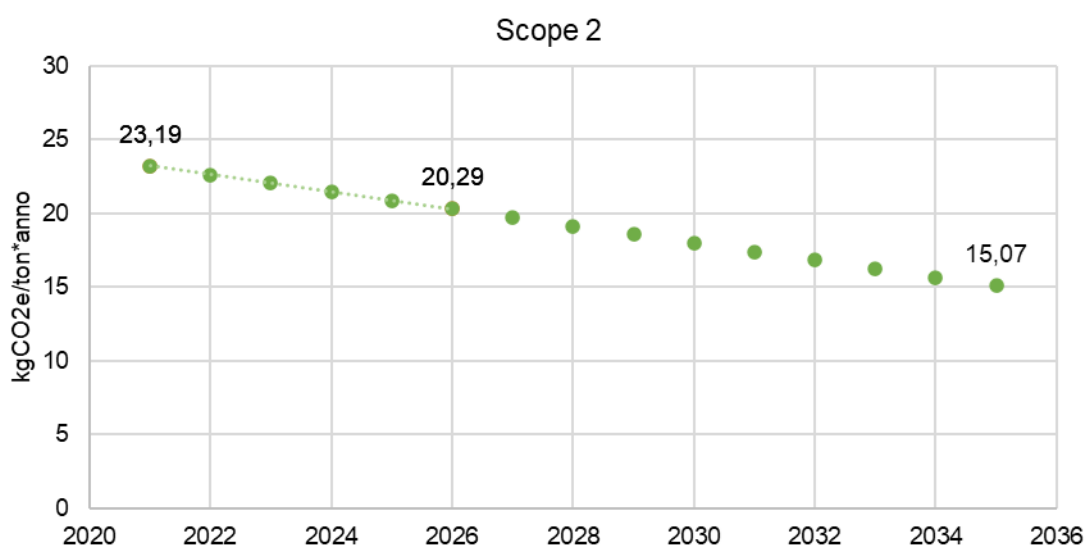
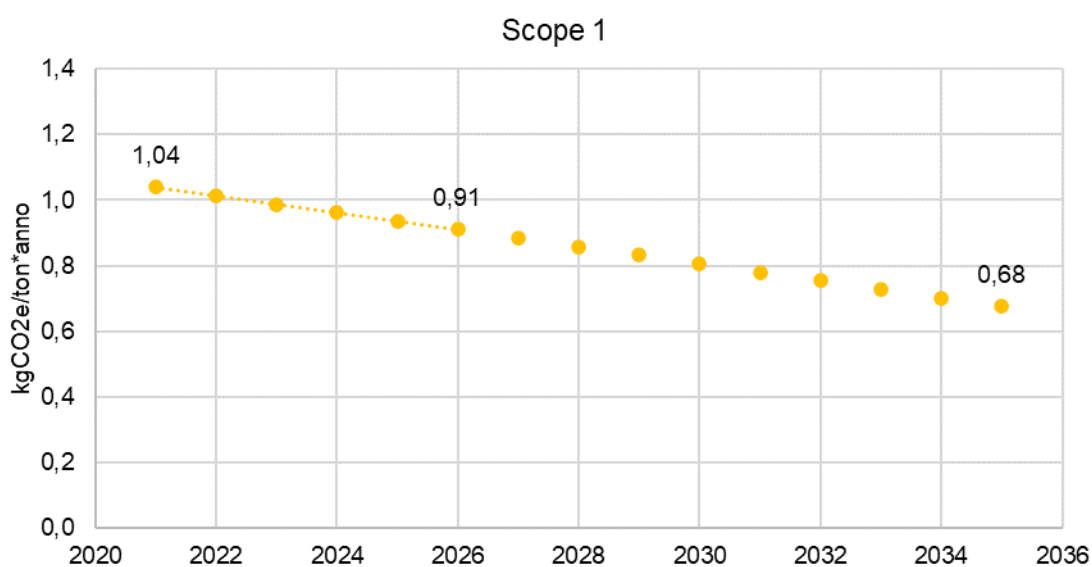
La rendicontazione delle emissioni per noi rappresenta un punto di partenza per la definizione



degli obiettivi di riduzione di queste ultime. Al fine di concretizzare il nostro impegno di ridurre l'impatto ambientale, abbiamo voluto fissare dei target di riduzione quantitativi ben definiti per le emissioni specifiche di Scopo 1 e 2, ovvero per quelle emissioni che sono generate da attività sotto il nostro controllo diretto. Per farlo, abbiamo scelto di basarci sui criteri definiti dalla **Science Based Target initiative ("SBTi")** che prevedono una riduzione lineare delle emissioni di anno in anno in linea con l'obiettivo di mantenere l'innalzamento della temperatura media globale sotto 1.5°C. Partendo dai dati disponibili per l'anno 2021, abbiamo stabilito un obiettivo a breve termine per il 2026, in accordo con l'orizzonte temporale minimo di 5 anni fissato dalla **SBTi**, e un obiettivo a lungo termine per il 2035, per entrambi gli Scopi 1 e 2. Al 2026 le



emissioni specifiche rapportate alla produzione totale di frutta di Scopo 1 e 2 dovrebbero ridursi di 3,03 kgCO<sub>2,eq</sub>/ton (13%) e al 2035 di 8,48 kgCO<sub>2,eq</sub>/ton (35%).

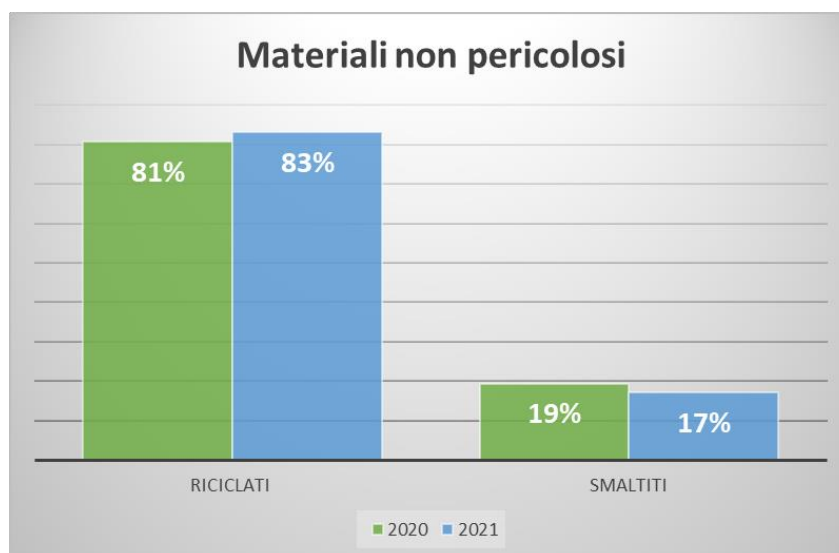


## 4.4. GESTIONE DEI RIFIUTI

La nostra organizzazione pone da sempre molta attenzione al tema della gestione dei rifiuti con l'intento di ridurre la nostra footprint ambientale favorendo iniziative di riciclo, riutilizzo o recupero di tutti i materiali coinvolti nel processo produttivo.

I nostri rifiuti sono generati esclusivamente dalla conservazione e imballaggio dei prodotti e sono rappresentati da: carta, legno, plastica e misti.

Non trattiamo rifiuti qualificabili come “pericolosi”.



## 4.5. IL NOSTRO APPROCCIO CIRCOLARE

Per quanto riguarda i prodotti alimentari non più conformi ai nostri standard qualitativi abbiamo implementato una gestione responsabile basata sui principi della *circular economy*: i prodotti vengono valorizzati da società *partner* specializzate nella produzione di Biogas. Nel corso del 2021 sono stati trasformati in energia da fonti rinnovabili circa 1 milione di kg di frutta, potenzialmente equivalenti a circa 100.000 m<sup>3</sup> di Biogas.

## 4.6. IL PACKAGING SOSTENIBILE E FACILITARE IL RICICLO PER I CONSUMATORI

Il *packaging* rappresenta un aspetto fondamentale nel calcolo della footprint ambientale di tutte le aziende coinvolte all'interno del settore agroalimentare, poiché viene utilizzato per proteggere i prodotti alimentari garantendone la freschezza, la sicurezza e l'integrità durante il trasporto.

Per questo motivo, negli ultimi anni, abbiamo implementato politiche sempre più innovative per favorire l'utilizzo di **materiali riciclati, riutilizzabili, riciclabili o compostabili** per l'imballaggio e la conservazione dei prodotti.

Più precisamente, in linea con l'obiettivo di monitorare e ridurre progressivamente l'impatto ambientale dei prodotti offerti in vendita, alcuni prodotti attraversano tutte le fasi della catena di fornitura arrivando direttamente al punto vendita senza necessità di disimballaggio o reimballaggio.

Il residuo *packaging* derivante dalle operazioni di disimballaggio e successivo ri-confezionamento viene riciclato. Nello specifico, i materiali di scarto che vengono riciclati sono le scatole di cartone contenenti la frutta, le cassette di plastica e la plastica degli angolari utilizzati nel processo di confezionamento degli stessi pallet.

Sono, invece, smaltite nel misto secco le retine in plastica, la pellicola/film protettivo.

Le confezioni di cartone che utilizziamo per il confezionamento garantiscono il pieno rispetto degli standard di sicurezza alimentari richiesti in Europa.

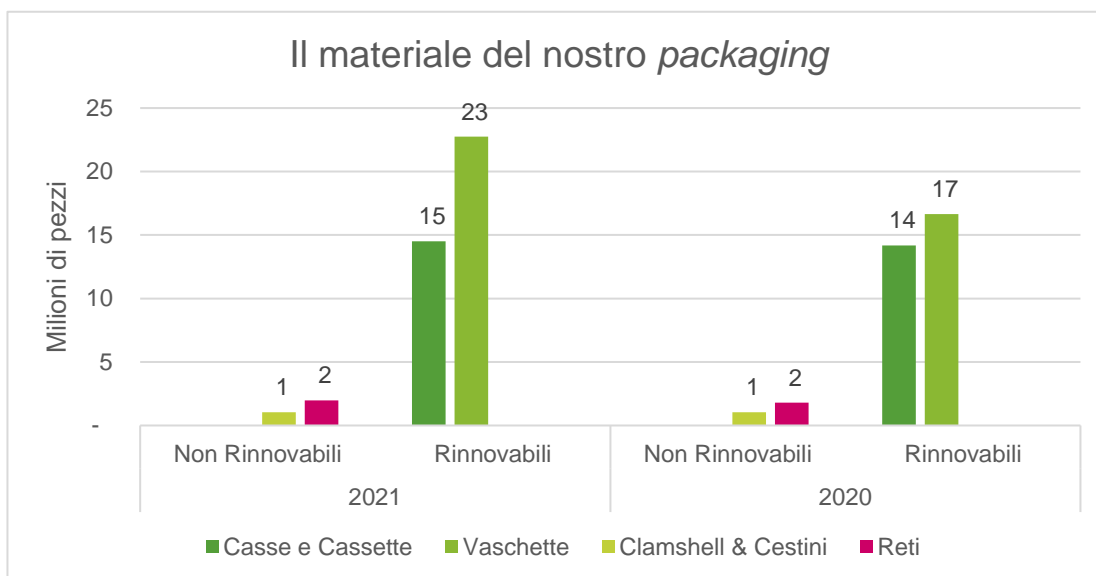
In linea generale, comunque, i nostri imballaggi sono progettati per conservare la freschezza dei prodotti, limitando altresì il rischio di danni durante il trasporto. In tal modo si riducono i rifiuti alimentari e, al contempo, viene garantita una migliore qualità della merce.

La pellicola protettiva attualmente utilizzata è in PVC tuttavia, coerentemente con l'obiettivo di riduzione degli imballaggi di plastica, ci siamo attivati per l'adozione di una pellicola composta da materiale più sostenibile (ad esempio il "PVC free"): tale scelta è stata già concretamente attuata nei confronti di un nostro cliente e ci proponiamo l'obiettivo di estenderne l'utilizzo anche nei confronti di altri clienti. Sempre nell'ottica di rendere il *packaging* più sostenibile, stiamo valutando eventuali alternative, come l'eventuale adozione di pellicole compostabili.

Le cassette in plastica "montabili" e i pallets sono invece gestiti tramite tre circuiti di pooling ai quali aderiscono i clienti della Grande Distribuzione Organizzata (GdO). Tali imballi vengono riutilizzati all'interno della filiera composta dai soggetti partecipanti al pooling, così creando un

circolo virtuoso che consente di riutilizzare le cassette e i pallets reimmettendoli nel circuito. Tale modalità di gestione degli imballi rappresenta una soluzione ecologicamente sostenibile: attraverso tale sistema, ci impegniamo a proteggere l'ambiente mediante il riutilizzo degli imballaggi, facendo in modo che le cassette di plastica e i pallets possano avere una seconda vita e che al termine del loro utilizzo possano essere smaltiti in maniera “green”.

Compatibilmente con i vincoli produttivi e di mercato, ricerchiamo costantemente materiali che abbiano il minor impatto possibile sull'ambiente. Come evidenziato nella tabella sotto riportata, le risorse impiegate per il *packaging* dei prodotti sono suddivise nelle due categorie “rinnovabili” e “non rinnovabili”. A tale riguardo, tutte le casse, cassette e vaschette sono realizzate con materiali provenienti da fonti rinnovabili.



Il nostro impegno è quello di riuscire a ridurre l'utilizzo della plastica e di sostituire progressivamente i materiali non rinnovabili attualmente utilizzati con imballi riutilizzabili.

L'etichettatura dei nostri prodotti è conforme alla normativa di riferimento. Su tutti i nostri prodotti confezionati è presente l'informazione relativa al paese di origine (approvvigionamento) e sono riportate le indicazioni per il corretto smaltimento.

Sul nostro sito sono presenti in maniera trasparente le informazioni sui nostri prodotti relative ai valori nutrizionali, modalità di conservazione e smaltimento.

## **4.7. NON CONFORMITÀ**

Sia per l'esercizio 2021 e 2020, non si sono registrati sversamenti significativi né sono state rilevate non conformità con leggi e normative ambientali e con le normative ed i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi.

---

## 5. IL CAPITALE UMANO

---



**L'indice di presenza femminile sul totale del personale nel 2021 è pari al 43%, in aumento del 2% rispetto all'anno precedente.**



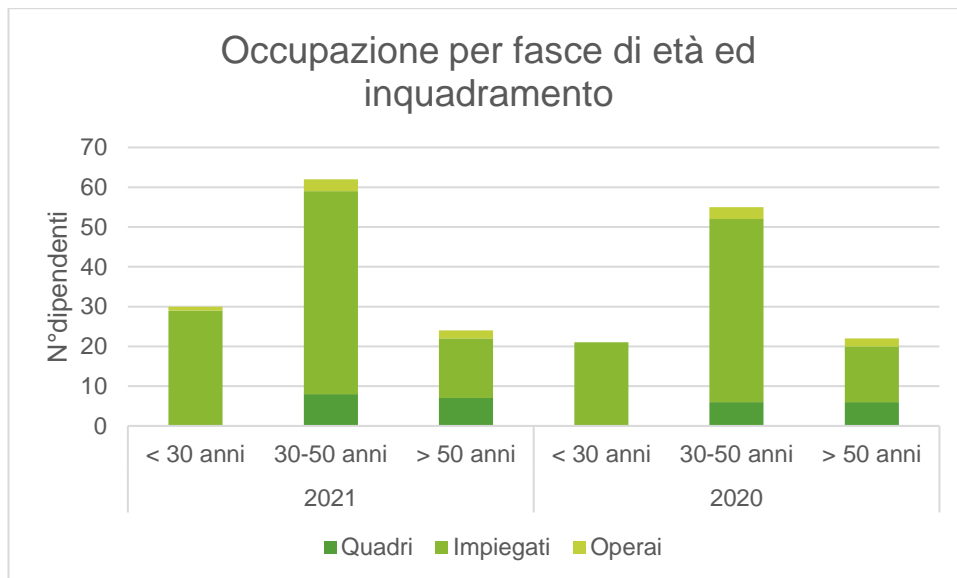
**Ci poniamo l'obiettivo di ridurre il tasso di turnover, anche attraverso forme di coinvolgimento diretto dei dipendenti nella identificazione dei punti di forza e di miglioramento della organizzava.**

Come già più volte evidenziato, siamo costantemente impegnati nella valorizzazione delle risorse umane, intese come principale fattore di successo aziendale attraverso il contributo delle persone che operano nelle varie società facenti parte del nostro Gruppo. Come enunciato dal Codice Etico, questa valorizzazione si fonda sulla condivisione di valori e principi comuni, condizione per perseguire al meglio le opportunità che una realtà in espansione può offrire a tutto il personale ai vari livelli. Incoraggiamo e supportiamo una cultura aziendale di miglioramento continuo, di passione per il successo e di riconoscimento del contributo che ciascuno può offrire. Inoltre, ci impegniamo a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale di tutti, al fine di promuovere processi di cambiamento e innovazione.

### 5.1. OCCUPAZIONE

Al 31 dicembre 2021, i nostri dipendenti sono complessivamente 116 di cui, in prevalenza, persone in una fascia di età ancora molto attiva (tra i 30 e i 50 anni), mentre il 25% di età inferiore a 30 anni a dimostrazione non solo di un cambio generazionale fisiologico ma soprattutto della fervente vitalità della nostra Società.



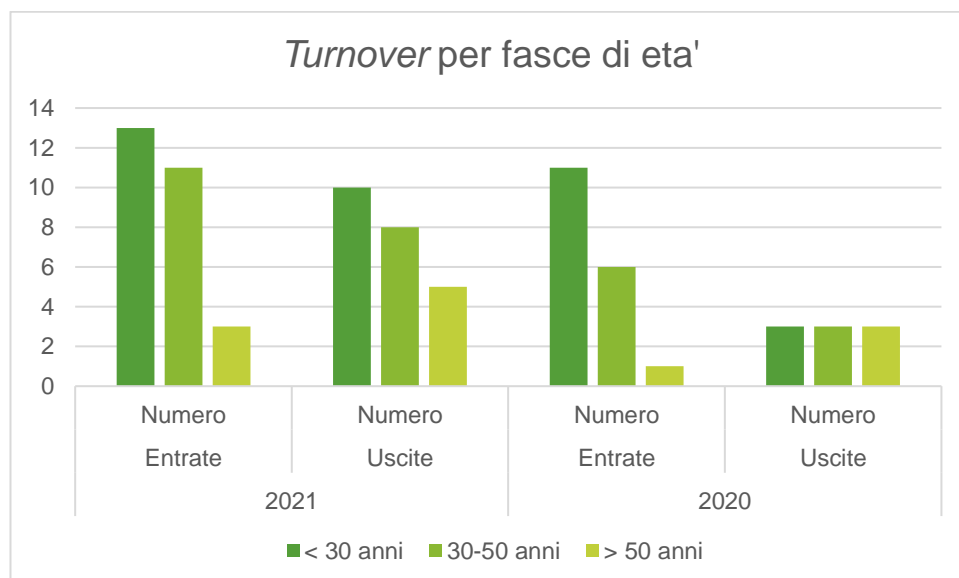
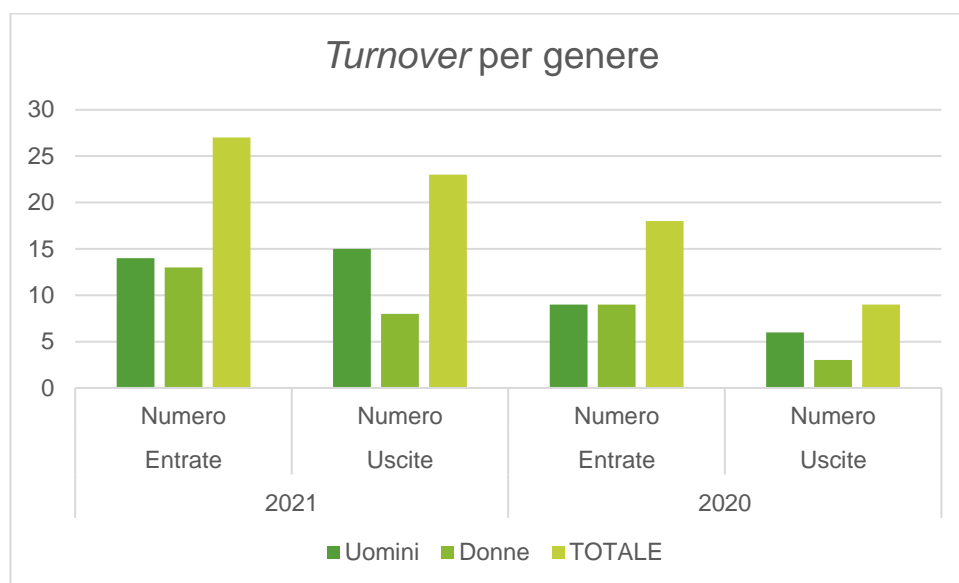


Nonostante il complicato momento storico, portiamo avanti programmi di *stage*, strumento fondamentale per formare le giovani risorse e creare un bacino di possibili futuri collaboratori: nel corso del 2021, infatti, abbiamo assunto ulteriori 6 lavoratori con contratto di *stage*.

### **Selezione del personale**

La valutazione del personale da assumere, o in collaborazione, è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati, rispetto a quelli attesi ed alle esigenze interne, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati. Le informazioni richieste sono strettamente collegate alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psico-attitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. Svolgiamo un'attività di selezione che risponde a criteri di parità e uguaglianza, sottraendosi a favoritismi ed agevolazioni di ogni sorta.

La seguente tabella illustra il *turnover* (inclusi i pensionamenti) delle nostre risorse nel 2020 e nel 2021.



### **Costituzione del rapporto di lavoro**

Il nostro personale è assunto con regolare contratto di lavoro, di prestazione professionale o di *stage*: non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare. Tutti i dipendenti sono coperti dal CCNL Ortofrutta.

### **Integrità e tutela della persona**

Nell'ambito dei processi di gestione e di sviluppo del personale, così come in fase di selezione, le decisioni prese sono basate sulla corrispondenza tra profili attesi e profili posseduti dalle

persone e/o su considerazioni di merito. L'accesso a ruoli ed incarichi avviene sulla base delle competenze e delle capacità.

## **5.2. MANTENIMENTO E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO**

Riconosciamo la centralità delle **risorse umane** e riteniamo che un fattore essenziale di successo e di sviluppo per un'azienda sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano. Per questo promuoviamo il dialogo, lo scambio d'informazioni - a qualunque livello - la valorizzazione e l'aggiornamento professionale costante dei nostri dipendenti e collaboratori.

La nostra Società è impegnata nella creazione di un ambiente di lavoro capace di valorizzare il contributo e le potenzialità del singolo mediante la graduale responsabilizzazione del personale, nella realizzazione di un sistema di relazione che privilegi il lavoro di squadra rispetto al rapporto gerarchico e nello sforzo quotidiano finalizzato alla condivisione di competenze e conoscenze, anche attraverso l'utilizzo di sistemi innovativi. Per questo motivo mettiamo a disposizione dei dipendenti strumenti informativi e formativi con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze e conservare il valore professionale del personale.

È previsto un percorso di formazione istituzionale, erogato in specifici momenti della vita professionale (ad esempio, per i neoassunti è prevista una introduzione all'attività) ed una formazione ricorrente rivolta al personale operativo (formazione in materia di sicurezza negli ambienti di lavoro, in materia di gestione 231 e codice etico).

Nel corso del 2021 sono state complessivamente erogate 349 ore di formazione.

## 5.3. WELFARE AZIENDALE

Il **benessere dei dipendenti** è un aspetto fondamentale per garantire il successo dell'azienda nel breve, medio e lungo periodo. Per questo motivo ci adoperiamo per garantire a tutti i dipendenti le migliori condizioni all'interno e all'esterno dell'ambito lavorativo.

In tal senso, compatibilmente con l'efficienza generale del lavoro, favoriamo forme di flessibilità nell'organizzazione del lavoro che agevolino le persone in stato di maternità nonché coloro che devono prendersi cura dei figli.

Le risorse che hanno usufruito del congedo parentale negli ultimi due anni sono rientrate in azienda con un tasso medio del 76%: inoltre, si registra che nei 12 mesi successivi al rientro tali risorse fanno ancora parte della nostra realtà, a dimostrazione della stabilità dei rapporti di lavoro che si instaurano tra azienda e dipendente.

## 5.4. SICUREZZA E SALUTE DEI LAVORATORI

Nel settore agroalimentare il tema della sicurezza e salute dei lavoratori ricopre un'importanza fondamentale. Per questo motivo esigiamo dagli amministratori e dai dipendenti e collaboratori comportamenti che garantiscano il più assoluto rispetto della **dignità delle persone**. In quest'ottica, ci impegniamo ad offrire un ambiente di lavoro salubre e sicuro e a garantire la più scrupolosa osservanza delle norme a tutela del lavoro minorile e infantile.

Come affermato nel Codice Etico, la nostra Società crede nel valore del lavoro e considera la legalità, la correttezza e la trasparenza dell'agire presupposti imprescindibili per il raggiungimento dei propri obiettivi economici, produttivi e sociali.

In tal senso, prestiamo scrupolosa attenzione al rispetto di tutte le normative riguardanti la salute e la sicurezza sul lavoro operando al fine di salvaguardare, soprattutto con azioni preventive, la salute e la sicurezza dei nostri lavoratori, collaboratori e degli utenti in generale.

Ci impegniamo, inoltre, a promuovere e garantire:

- *la programmazione della prevenzione, in modo coerente con le condizioni operative e tenendo in debito conto i fattori dell'ambiente e dell'organizzazione del lavoro;*
- *l'eliminazione dei rischi e, ove ciò non sia possibile, la loro riduzione al minimo in relazione alle conoscenze acquisite in base al progresso tecnico;*
- *la limitazione al minimo del numero di lavoratori che sono o che possono essere esposti al rischio;*
- *l'utilizzo, nei limiti del necessario, di agenti chimici, fisici e biologici sui luoghi di lavoro;*
- *l'informazione e la formazione adeguate per i lavoratori, per i dirigenti, i propositi, il RLS e di tutto il personale;*
- *la programmazione delle misure ritenute opportune al fine di garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di sicurezza anche attraverso l'adozione di codici di condotta e di buone prassi;*
- *le misure di emergenza da attuare in caso di primo soccorso, di lotta antincendio, di evacuazione dei lavoratori e di pericolo grave ed immediato.*
- *l'uso di opportuna segnaletica di avvertimento e di sicurezza;*
- *l'uso di dispositivi di protezione individuale, qualora necessari;*
- *la regolare manutenzione di ambienti, attrezzature, impianti con particolare riguardo agli eventuali dispositivi di sicurezza in conformità all'indicazione dei rispettivi fabbricanti;*

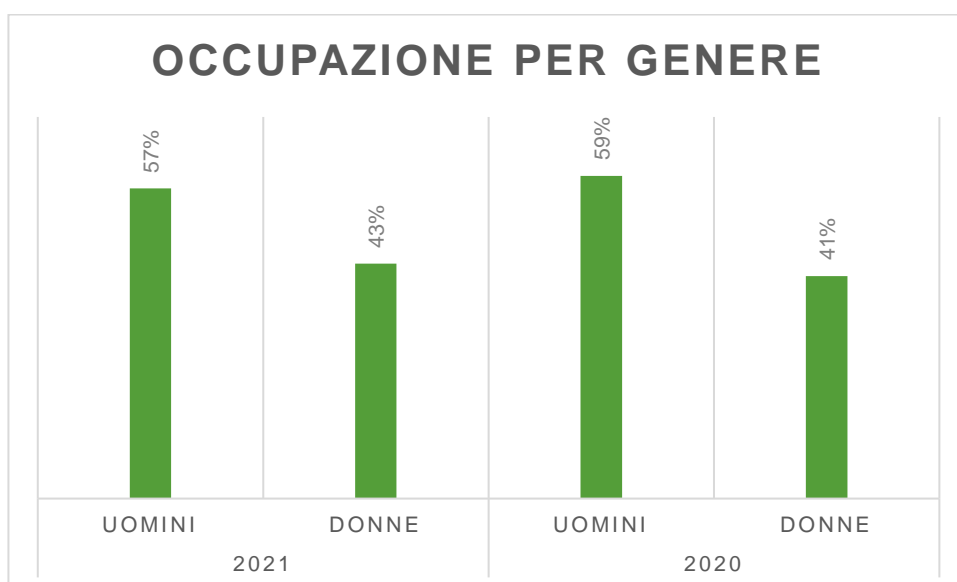
A tutti i dipendenti è imposto il rispetto delle norme e procedure interne in materia di prevenzione dei rischi e di tutela della salute e della sicurezza e di segnalare tempestivamente le eventuali carenze oppure il mancato rispetto delle norme applicabili.

Grazie alle attività di prevenzione che poniamo in essere, nel corso degli esercizi 2020 e 2021 non sono stati rilevati incidenti ed infortuni sul lavoro né tra i dipendenti della Battaglio S.p.A. né tra i dipendenti delle Cooperative utilizzate per le attività in outsourcing di gestione logistica e produttiva dei magazzini.

Inoltre, da anni siamo impegnati nella lotta contro il fumo con azioni che da un lato mirano a sensibilizzare sul tema gli stessi dipendenti e dall'altro lato rendendo totalmente **smoke – free** l'area degli stabilimenti sia negli spazi chiusi che negli spazi all'aperto.

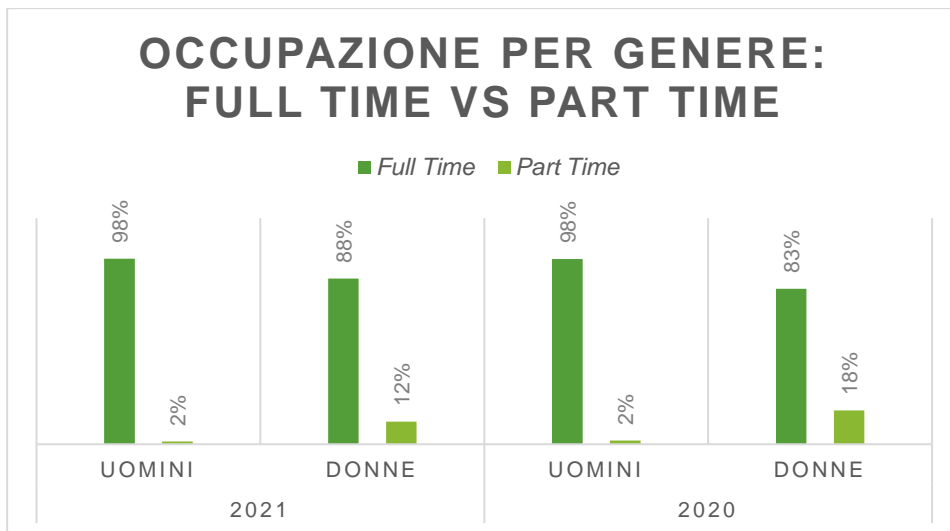
## 5.5. PARI OPPORTUNITÀ E DIVERSITY

Come già ampiamente evidenziato, la diversità di genere all'interno dell'organico dei dipendenti è promossa ed incentivata. A questo proposito, l'indice di presenza femminile sul totale del personale ha registrato, nel 2021, un aumento di circa 2 punti percentuali attestandosi, complessivamente, al 43%.

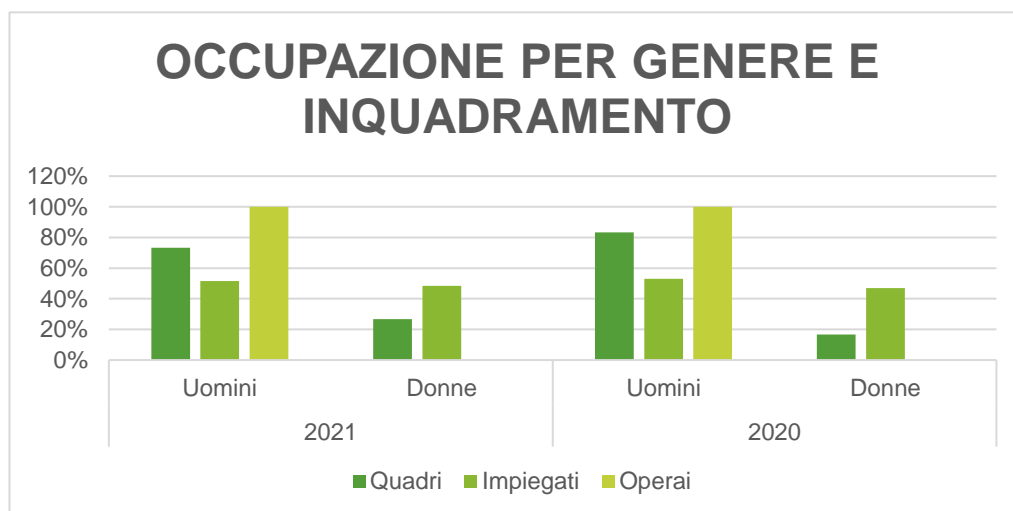


Sempre nell'ottica di incentivare l'occupazione femminile, nel 2021 si è registrato un aumento di 5 punti percentuali rispetto al 2020 di quote rosa con contratti di lavoro *Full Time*, attestandosi complessivamente al 88%.





Seppure in aumento di circa 10 punti percentuali rispetto al 2020, la presenza di dipendenti di genere femminile nel nostro organico con ruolo da quadro è pari al 27%: la politica aziendale e l'obiettivo da perseguire nei prossimi anni sarà quello di raggiungere un migliore bilanciamento, incoraggiando sempre di più l'occupazione di donne in ruoli di responsabilità.



Il rapporto tra lo stipendio base femminile e quello maschile è stato pari nel 2021 al 91% per i quadri e al 97% per gli operai.

Inoltre, è importante sottolineare che, come già ricordato, non tolleriamo nessuna forma di discriminazione nelle relazioni umane e aziendali (gestione del personale e organizzazione del lavoro, selezione e gestione dei fornitori, rapporto con la comunità circostante e con le istituzioni che la rappresentano) o vessazioni fisiche o psicologiche.



---

## 6. BATTAGLIO E LA SOCIETÀ

---



La nostra Società si è classificata al primo posto in Piemonte tra i donatori del Banco Alimentare.



L'obiettivo che perseguiamo e che perseguiremo nei prossimi anni sarà quello di sistematizzare le iniziative di *shared value* con la comunità locale.

Siamo consapevoli e onorati del nostro impatto sullo sviluppo economico e sociale del territorio in cui operiamo e sul benessere generale della collettività. Operiamo nel **rispetto** delle comunità locali e nazionali, sostenendo iniziative di valore culturale e sociale e perseguendo il miglioramento della nostra reputazione.

Promuoviamo la salute, la prevenzione e la cura del benessere mediante progetti rivolti ai cittadini, alle istituzioni pubbliche e private, all'imprenditoria e alle associazioni.

### 6.1. SVILUPPO DI PROGRAMMI E INIZIATIVE CON RICADUTE SOCIALI

Siamo impegnati a livello locale in campagne che diffondano l'importanza della corretta alimentazione e del consumo di alimenti naturali, anche attraverso la divulgazione di informazioni riguardo alle proprietà nutrizionali e benefiche.

Nell'ambito della responsabilità sociale, risulta particolarmente rilevante il nostro progetto chiamato **FRUTTAPARTY** che portiamo avanti da più di 10 anni. Si tratta di un'iniziativa senza

scopo di lucro, volta a diffondere la cultura del cibo fra i più piccoli, insegnando l'importanza di un'alimentazione sana e corretta attraverso il linguaggio semplice ed universale del gioco. Il progetto consiste nell'organizzazione di un'attività didattica e ludico-motoria all'interno delle scuole per l'infanzia e primarie di Torino e provincia, dove gli esperti animatori del Fruttaparty portano allegria, colori e sapori della frutta fresca di stagione coinvolgendo bambini ed insegnanti in educativi giochi di gruppo, con lo scopo di mostrare come adottare un'alimentazione sana e dimostrarne i benefici.

Inoltre, sul nostro sito è stata attivata una piattaforma (<https://www.avocadoandfriends.it/>) nella quale è possibile consultare informazioni riguardanti tutti i prodotti offerti e conoscere ricette, consigli e suggerimenti utili per migliorare il benessere dei consumatori e consumare i nostri prodotti nel modo più salutare possibile.

Siamo inoltre impegnati nelle seguenti iniziative a supporto di soggetti operanti sul territorio:

- A) Fondazione Candiolo:** oltre a donazioni proprie dirette, promuoviamo una campagna di sensibilizzazione alla donazione del 5 per mille da parte di terzi contribuenti, provvedendo a stampare gli estremi per la donazione sui vassoi di frutta reperibili dal consumatore finale sul banco.
- B) CUS Torino:** sosteniamo il Centro Universitario Sportivo Torinese mediante la sponsorizzazione della squadra di atletica leggera e, al contempo, promuoviamo lo sport come elemento fondamentale per uno stile di vita sano e sostenibile.
- C) Altre Fondazioni:** siamo sensibili a supportare, attraverso donazioni dirette, la ricerca medica e le strutture ospedaliere del territorio.

Infine, riconosciamo e promuoviamo il valore della donazione mettendo a disposizione dell'Organizzazione di Volontariato "**Banco Alimentare**" le eccedenze di produzione. Le donazioni elargite, di grande importanza, sono state ricompensate, anche per l'anno 2021, con l'assegnazione del premio come primo donatore in Piemonte al Banco Alimentare.



## 6.2. PRODOTTI BIOLOGICI

La salute e il benessere dei consumatori sono al centro della nostra attività: in tal senso, fornire prodotti biologici è un passo fondamentale per raggiungere tale obiettivo.

Come accennato nel capitolo “I nostri Fornitori e la *Supply chain*”, il sistema di gestione per la Qualità dell’Organizzazione è certificato con il marchio **BIO**, il quale viene rilasciato alle aziende che ottengono la certificazione secondo lo schema Reg. UE 848/2018.

I principi alla base della certificazione biologica definiscono un metodo di produzione a favore di quelle forme di coltivazione e allevamento propense alla conservazione di sistemi biologici produttivi e sfavorevoli all’attuazione di interventi invasivi che prevedano l’utilizzo di sostanze chimiche di sintesi.

## 6.3. RAFFORZAMENTO DELLA NOSTRA FILIERA E FAIRTRADE

La maggioranza delle aziende agricole coinvolte nella catena di valore all’interno della quale si inserisce la nostra attività è localizzata in Paesi in via di sviluppo.

Riconosciamo l’importanza di garantire un giusto valore ai nostri fornitori e, per tale ragione, abbiamo deciso di rivolgerci a fornitori che adottino il marchio **FAIRTRADE** il quale, attraverso un sistema di certificazione internazionale, garantisce che la merce con il suo simbolo sia stata prodotta nel rispetto dei diritti dei produttori e dei lavoratori in Asia, Africa e America Latina e sia stata acquistata secondo i criteri del **Commercio Equo e Solidale**.

---

# 7. NOTE METODOLOGICHE

---

## 7.1. PERIMETRO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Nel capitolo 1 del presente report “La nostra attività” sono riportati i soggetti facenti parti del Gruppo Battaglio. I dati e le informazioni oggetto della rendicontazione sulla sostenibilità si riferiscono alla società Battaglio S.p.A., tranne ove diversamente indicato.

## 7.2. CRITERI UTILIZZATI

L’obiettivo del presente documento è quello di rendicontare i risultati raggiunti e gli impatti prodotti nel corso dell’esercizio 2021 (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021). I dati relativi al periodo precedente (2020) sono riportati nel Bilancio di Sostenibilità a fini comparativi, per consentire agli *stakeholder* una valutazione di più ampio respiro sull’andamento delle attività nel tempo.

Il Responsabile del progetto bilancio di sostenibilità è il sig. Luca Battaglio.

La realizzazione del progetto è stata possibile grazie al lavoro di un team composto da (interni) Luca Battaglio, Daiane Costa, Andrea Levi, Valentina Mazzilli e da (esterni) Fabio Beltrame, Chiara Cervellin, Maurizio Cisi, Alain Devalle, Francesco Lipari, Fabio Parola, Armando Portoraro.

## 7.3. PRINCIPI DI RIFERIMENTO

Abbiamo deciso di redigere volontariamente il nostro Bilancio di sostenibilità attenendoci alle prescrizioni contenute nei **Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards** definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (**GRI**). Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standard: “**opzione Core**”.



Il report ha considerato ove possibile l'impostazione dell'*International Integrated Reporting Council (IIRC)* con particolare riferimento alla definizione dei capitali (finanziario, infrastrutturale, umano, intellettuale, relazionale e ambientale), così come ha preso spunto dalle altre linee guida internazionalmente riconosciute in materia di rendicontazione non finanziaria (*TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures, CDSB – Climate Disclosure Standard Board*) e sono stati consultati gli standards di settore del **SASB**. In attesa di una regolamentazione comunitaria in materia, sono stati considerati i documenti (*exposure draft*) definiti dall'**EFRAG**, così come quelli definiti dall'**ISSB (International sustainability standard board)**.

## **7.4. MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER**

Il paragrafo 2.1 del presente Bilancio descrive le principali modalità di coinvolgimento degli *Stakeholder* interni ed esterni nella interazione ricorrente sui temi di sostenibilità.

Ai fini della predisposizione del presente report e con particolare riferimento alla selezione dei temi materiali, è stato richiesto a tutti i membri del Consiglio di Amministrazione e a una selezione di *opinion leader* tra i dipendenti una autovalutazione con una duplice ottica:

- **Una visione interna, in base alla storia e ai valori aziendali vissuti quotidianamente nella nostra Società;**
- **Una visione esterna, basata sulla richiesta formulata agli *opinion leader* di “ricoprire i panni” dei diversi *stakeholder* e di individuare le loro aspettative.**

Una volta terminato il processo di autovalutazione di ciascun soggetto coinvolto, i risultati sono stati aggregati e ponderati rispetto ai dati di benchmark del settore merceologico di riferimento.

## 7.5. PROCESSO DI DEFINIZIONE DEL BILANCIO E DEI TEMI MATERIALI

Abbiamo costituito un gruppo di lavoro interno, rappresentativo delle principali funzioni aziendali, allo scopo di raccogliere le informazioni richieste, aggregarle, validarle e di archiviare la documentazione a supporto ai fini di assicurare la loro tracciabilità.

Il processo di reporting si è articolato nelle seguenti fasi di lavoro più significative:

- **selezione e coinvolgimento stakeholder;**
- **individuazione dei temi materiali e creazione della matrice di materialità;**
- **definizione dei contenuti del documento (indicatori, informative e perimetro);**
- **avvio del processo di raccolta e consolidamento dei dati e delle informazioni non finanziarie.**

## 7.6. I NOSTRI RIFERIMENTI

La persona che può essere contattata per informazioni sul documento è Valentina Mazzilli.

Qualunque informazione può essere richiesta scrivendo all'indirizzo [direzione@battaglio.it](mailto:direzione@battaglio.it).

## 7.7. GRI ADOTTATI

Sono stati adottati i seguenti GRI:

GRI	INFORMATIVA	PARAGRAFO
102-1	NOME DELL'ORGANIZZAZIONE	Introduzione
102-2	ATTIVITÀ, MARCHI, PRODOTTI E SERVIZI	Introduzione - 1.2 - 1.3
102-3	LUOGO DELLA SEDE PRINCIPALE	1.1
102-4	LUOGO DELLE ATTIVITÀ	1.1
102-5	PROPRIETÀ E FORMA GIURIDICA	1.1
102-6	MERCATI SERVITI	Introduzione
102-7	DIMENSIONE DELL'ORGANIZZAZIONE	Introduzione - 1.6 – 5.1
102-8	INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E GLI ALTRI LAVORATORI	5.1
102-13	ADESIONE AD ASSOCIAZIONI	6.3
102-14	DICHIARAZIONI DI UN ALTO DIRIGENTE	Lettera della Governance

102-16	VALORI, PRINCIPI, STANDARD E NORME DI COMPORTAMENTO	1.4
102-17	MECCANISMI PER RICERCARE CONSULENZA E SEGNALARE CRITICITÀ RELATIVAMENTE A QUESTIONI ETICHE	1.4
102-18	STRUTTURA DELLA GOVERNANCE	1.4
102-22	COMPOSIZIONE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO E RELATIVI COMITATI	1.4
102-23	PRESIDENTE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO	1.4
102-40	ELENCO DEI GRUPPI DI <i>STAKEHOLDER</i>	2.1
102-41	ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	5.1
102-42	INDIVIDUAZIONE E SELEZIONE DEGLI <i>STAKEHOLDER</i>	2.1
102-43	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI <i>STAKEHOLDER</i>	7.4
102-45	SOGGETTI INCLUSI NEL BILANCIO CONSOLIDATO	1.1 – 7.1
102-46	DEFINIZIONE DEL CONTENUTO DEL REPORT E PERIMETRI DEI TEMI	7.1 – 2.2
102-47	ELENCO DEI TEMI MATERIALI	2.2
102-50	PERIODO DI RENDICONTAZIONE	7.2
102-52	PERIODICITÀ DELLA RENDICONTAZIONE	7.2
102-53	CONTATTI PER RICHIEDERE INFORMAZIONI RIGUARDANTI IL REPORT	7.6
102-54	DICHIARAZIONE SULLA RENDICONTAZIONE DI CONFORMITÀ AI GRI STANDARDS	7.3
102-55	INDICE DEI CONTENUTI GRI	7.3
103-1	SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	2.2 - 2.3
103-2	LE MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	2.4
201-1	VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO	1.6
201-2	IMPLICAZIONI FINANZIARIE E ALTRI RISCHI E OPPORTUNITÀ DOVUTI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO	2.5
205-1	OPERAZIONI VALUTATE PER I RISCHI LEGATI ALLA CORRUZIONE	2.4
205-2	COMUNICAZIONE E FORMAZIONE IN MATERIA DI POLITICHE E PROCEDURE DI ANTICORRUZIONE	2.4

301-1	MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME	4.6
301-2	MATERIALI UTILIZZATI CHE PROVENGONO DAL RICICLO	4.6
302-1	ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE	4.1
302-3	INTENSITÀ ENERGETICA	4.1
302-4	RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ENERGIA	4.1 - 4.2
302-5	RIDUZIONE DEL FABBISOGNO ENERGETICO DI PRODOTTI E SERVIZI	4.1 - 4.2
305-1	EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1)	4.3
305-2	EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)	4.3
305-3	ALTRE EMISSIONI INDIRETTE DI GHG (SCOPE 3)	4.3
305-4	INTENSITÀ DELLE EMISSIONI GHG	4.3
305-5	RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI GHG	4.3
306-2	RIFIUTI PER TIPO E METODO DI SMALTIMENTO	4.4 – 4.5.
306-3	SVERSAMENTI SIGNIFICATIVI	4.7
307-1	NON CONFORMITÀ CON LEGGI E NORMATIVE IN MATERIA AMBIENTALE	4.7
308-1	NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI AMBIENTALI	3.2
401-1	NUOVE ASSUNZIONI E <i>TURNOVER</i>	5.1
401-3	CONGEDO PARENTALE	5.3
403-1	SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA	5.4
403-2	IDENTIFICAZIONE DEI PERICOLI, VALUTAZIONE DEI RISCHI E INDAGINI SIGLI INCIDENTI	5.4
403-5	FORMAZIONE DEI LAVORATORI IN MATERI ADI SALUTE E SICUREZZA	5.4
403-9	INFORTUNI SUL LAVORO	5.4
404-1	ORE MEDIE DI INFORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE	5.2
405-1	DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI	5.5
405-2	RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI	5.5
413-1	ATTIVITÀ CHE PREVEDONO IL COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI, VALUTAZIONI D'IMPATTO E PROGRAMMI DI SVILUPPO	6.1

<b>414-2</b>	IMPATTI SOCIALI NEGATIVI SULLA CATENA DI FORNITURA E AZIONI INTRAPRESE	3.1
<b>417-2</b>	EPISODI DI NON CONFORMITÀ IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI	4.6
<b>419-1</b>	NON CONFORMITÀ CON LEGGI E NORMATIVE IN MATERI SOCIALE ED ECONOMICA	4.6

# 8. I NUMERI DELLA SOSTENIBILITA'

## 1) Stato delle certificazioni GRASP ottenute dai nostri fornitori

	Fornitori di Filiera		Fornitori di Sistema		Fornitori Generici	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Numero totale Fornitori	12	11	91	53	38	4
<i>di cui:</i>						
con certificazioni <b>GRASP</b> ed equivalenti	12	9	62	29	16	2
% di copertura	100%	82%	68%	55%	42%	50%

## 2) Stato delle certificazioni GLOBALG.AP ottenute dai nostri fornitori

	Fornitori di Filiera		Fornitori di Sistema		Fornitori Generici	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Numero totale	12	11	91	53	38	4
<i>di cui:</i>						
GLOBALG.AP ed equivalenti	12	11	83	44	26	3
% di copertura	100%	100%	91%	83%	68%	75%

## 3) Rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti, riciclati e smaltiti

Unità di misura Kg	2021				2020			
	Non pericolosi	%	Pericolosi	%	Non pericolosi	%	Pericolosi	%
Riciclati	1.185.000	83%	-	-	1.091.000	81%	-	-
Smaltiti	243.000	17%	-	-	262.000	19%	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>1.428.000</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.353.000</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

## 4) Il materiale da noi utilizzato per il package dei nostri prodotti

Materiale	Unità di misura	2021		2020	
		Non Rinnovabili	Rinnovabili	Non Rinnovabili	Rinnovabili
Casse e Cassette	Pezzo	-	14.513.019	-	14.180.043
Vaschette	Pezzo	-	22.738.141	-	16.643.416
Clamshell & Cestini	Pezzo	1.048.518	-	1.050.945	-
Reti	Pezzo	1.967.679	-	1.797.827	-

### 5) Il nostro personale per inquadramento e fascia di età

	2021				2020			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale
Dirigenti	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	8	7	15	0	6	6	12
Impiegati	29	51	15	95	21	46	14	81
Operai	1	3	2	6	0	3	2	5
<b><u>TOTALE</u></b>	<b><u>30</u></b>	<b><u>62</u></b>	<b><u>24</u></b>	<b><u>116</u></b>	<b><u>21</u></b>	<b><u>55</u></b>	<b><u>22</u></b>	<b><u>98</u></b>

### 6) Il nostro personale per genere e tipologia di contratto

	2021			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
A tempo indeterminato	50	39	89	50	34	84
A tempo determinato	2	3	5	0	2	2
Apprendistato	14	8	22	8	4	12
<b><u>TOTALE</u></b>	<b><u>66</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>116</u></b>	<b><u>58</u></b>	<b><u>40</u></b>	<b><u>98</u></b>

### 7) Il nostro personale per genere e full time/part time

	2021			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full Time	65	44	109	57	33	90
Part Time	1	6	7	1	7	8
<b><u>TOTALE</u></b>	<b><u>66</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>116</u></b>	<b><u>58</u></b>	<b><u>40</u></b>	<b><u>98</u></b>

### 8) Il nostro personale per inquadramento contrattuale

	2021			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	0	0	0	0	0	0
Quadri	11	4	15	10	2	12
Impiegati	49	46	95	43	38	81
Operai	6	0	6	5	0	5
<b><u>TOTALE</u></b>	<b><u>66</u></b>	<b><u>50</u></b>	<b><u>116</u></b>	<b><u>58</u></b>	<b><u>40</u></b>	<b><u>98</u></b>



9) Il turnover dei nostri dipendenti per genere

	2021				2020			
	Entrate		Uscite		Entrate		Uscite	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Uomini	14	52%	15	65%	9	50%	6	67%
Donne	13	48%	8	35%	9	50%	3	33%
<b>TOTALE</b>	<b>27</b>		<b>23</b>		<b>18</b>		<b>9</b>	

10) Il turnover dei nostri dipendenti per fascia di età

	2021				2020			
	Entrate		Uscite		Entrate		Uscite	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
< 30 anni	13	48%	10	43%	11	61%	3	33%
30-50 anni	11	41%	8	35%	6	33%	3	33%
> 50 anni	3	11%	5	22%	1	6%	3	33%
<b>TOTALE</b>	<b>27</b>		<b>23</b>		<b>18</b>		<b>9</b>	

11) Ore di formazione erogate per inquadramento

	2021		2020	
	Ore Totali	Ore pro-capite	Ore Totali	Ore pro-capite
Quadri	66	4	94	8
Impiegati	255	3	281	3
Operai	28	5	107	21
<b>TOTALE</b>	<b>349</b>	<b>3</b>	<b>482</b>	<b>5</b>

12) L'utilizzo dell'istituto del congedo parentale

	2021				2020			
	N° aventi diritto	N° che hanno usufruito	N° che sono tornati a lavoro post aver usufruito	N° ancora in azienda dopo 12 mesi aver usufruito	N° aventi diritto	N° che hanno usufruito	N° che sono tornati a lavoro post aver usufruito	N° ancora in azienda dopo 12 mesi aver usufruito
Uomini	16	4	4	4	17	2	2	2
Donne	8	3	1	1	8	4	3	3
<b>TOTALE</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>25</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>



**Battaglio**

*frutta da vivere, dal 1972.*