



Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

# Report di Sostenibilità 2022

Il nostro Progresso Responsabile:  
tradizione, eccellenza, ambiente

Certified



Corporation<sup>®</sup>

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

---

# Report di Sostenibilità 2022

# INDICE

## Lettera del Presidente

5

## Fratelli Carli

6

Un'azienda di famiglia

8

Una storia di eccellenza ultracentenaria

10

Cura, passione, tradizione

12

I prodotti

15



## Responsabilità, etica e trasparenza

18

## Il nostro Progresso Responsabile: tradizione, eccellenza, ambiente

24

B Corp Certificata

26

Fratelli Carli diventa anche Società Benefit

27

I Pilastri di Sostenibilità

28

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)

29

## L'analisi di materialità di Fratelli Carli: i temi più importanti

32

I portatori di interesse

40

## Una visione di lungo termine

42

## Persone

50

I dipendenti, persone di famiglia

54

La comunità, il nostro mondo

62

I clienti

63

## Prodotti e Materiali

66

Solo prodotti di altissima qualità

70

## Filiera di fornitura

78

La nostra filiera e il valore del territorio

82



---

**Energia e Risorse** 88

L'impegno per un futuro sostenibile: più tecnologia, meno consumi 92

**Cultura e tradizione mediterranea** 100

Cultura, tradizione, sostenibilità 104

---

**Nota metodologica** 108

Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo 111

Tabella di raccordo GRI – Temi materiali 113

**Profilo d'impatto** 114

---

**Appendice** 115

Indicatori economici 115

Indicatori sociali 117

Indicatori ambientali 123

**GRI Content Index** 130**Relazione Società di Revisione** 136



Essere stati la prima azienda produttiva italiana Certificata B Corp, nel 2014, e scegliere poi di diventare Società Benefit ci ha permesso di affrontare i complessi impegni verso la sostenibilità con una governance strategica consolidata e consapevole.

# Lettera del Presidente

Poter presentare il nostro **terzo Report di Sostenibilità** rappresenta un orgoglio, ma anche un momento di riflessione importante.

Nel racconto di quanto la nostra azienda ha saputo concretizzare in ognuno degli ambiti di sostenibilità che perseguiamo con convinzione, si può leggere in contro luce tutta la **complessità di questi anni** che dalla pandemia ci hanno visto arrivare alla guerra, ad una crisi energetica globale, ad un cambiamento climatico concreto che si riflette sulla nostra vita quotidiana e sull'economia.

Queste pagine sono però anche **il ringraziamento a tutti i nostri dipendenti, ai fornitori, ai collaboratori** con cui condividiamo ogni giorno la volontà, gli impegni, i progetti, le scelte e le singole azioni concrete che sono necessari per portare avanti con serietà il **percorso verso il Progresso Responsabile**.

Essere stati la **prima azienda produttiva italiana Certificata B Corp, nel 2014**, e scegliere poi di diventare Società Benefit ci ha permesso di arrivare oggi ad affrontare i complessi e ormai non più prorogabili impegni verso la sostenibilità con una **governance strategica consolidata e consapevole**.

Il Report rende conto con chiarezza dei risultati raggiunti, delle sfide in corso e degli obiettivi pianificati per il prossimo triennio nel nostro **Piano di Sostenibilità**, costruito guardando ai temi materiali per la nostra azienda che si riflettono nei **5 Pilastri di riferimento** (Persone, Materiali e Prodotti, Filiera di fornitura, Energia e Risorse, Cultura e tradizione Mediterranea), oltre che nelle **Finalità di Beneficio Comune esplicitate nel nostro statuto di Società Benefit**.

**Un racconto che ha dentro la passione** che ci guida ogni giorno, ma anche una speranza: che il nostro Report contribuisca ad una condivisione sempre più ampia di soluzioni, strategie, innovazioni che le organizzazioni possono mettere in atto per fare davvero la differenza e diventare **non solo le aziende migliori al mondo, ma le "migliori per il mondo"**.

---

Gian Franco Carli

Presidente e A.D.

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit



FRATELLI CARLI

---

Saper lavorare sodo, saper lavorare bene, con intelligenza, tenacia, modestia. Non esaltarsi mai, non scoraggiarsi mai, avere la certezza, che non è presunzione, che ci siamo sempre adoperati affinché quello che si è fatto fosse fatto bene; promettere a noi stessi, ammaestrati dall'esperienza, di cercare di fare meglio domani quello che abbiamo fatto oggi; pronti sempre, quando occorra, ad imparare e studiare le cose nuove. In poche parole, lavorare in una certa maniera, contando e fidando sulle nostre forze.

Giovanni Carli  
Piano di sviluppo, 1961

”



# Fratelli Carli

## Un'azienda di famiglia

**Fratelli Carli** è una storica azienda olearia ligure che, dal 1911, vende direttamente al consumatore e consegna a domicilio i propri prodotti in Italia e all'estero. **È indissolubilmente legata al proprio territorio d'origine**, l'imperiese, uno dei più ricchi di tradizione olearia in Italia. Una ricchezza che l'azienda ha saputo conservare nei decenni, tramandando di generazione in generazione conoscenze e competenze uniche e indispensabili per poter vantare l'alta qualità dei propri prodotti.

**Fratelli Carli produce oli di oliva, conserve alimentari della tradizione ligure e medi-terrenea e prodotti di gastronomia che hanno nell'olio di oliva l'elemento alla base della loro bontà. A questi si aggiungono vini e prodotti cosmetici.**

Una caratteristica peculiare dell'azienda è, da sempre, il suo **modello distributivo**. Gli ordini arrivano in azienda direttamente dai consumatori nel mondo via telefono, per posta o sul web. Le consegne al cliente avvengono in pochi giorni grazie ad un sistema di logistica capillare. Sul territorio nazionale, queste sono effettuate da consegnatari di fiducia, con una flotta di mezzi brandizzati, che contribuiscono alla piena soddisfazione ed efficienza del servizio offerto.

A questo canale di vendita si è affiancato, a partire dagli anni 2000, il retail con negozi monomarca e a conduzione diretta. Ad oggi Fratelli Carli **ha aperto 20 Empori** e può quindi offrire un modello di vendita omni-canale, in grado di fornire a ciascun cliente il miglior punto di contatto per le proprie esigenze.



---

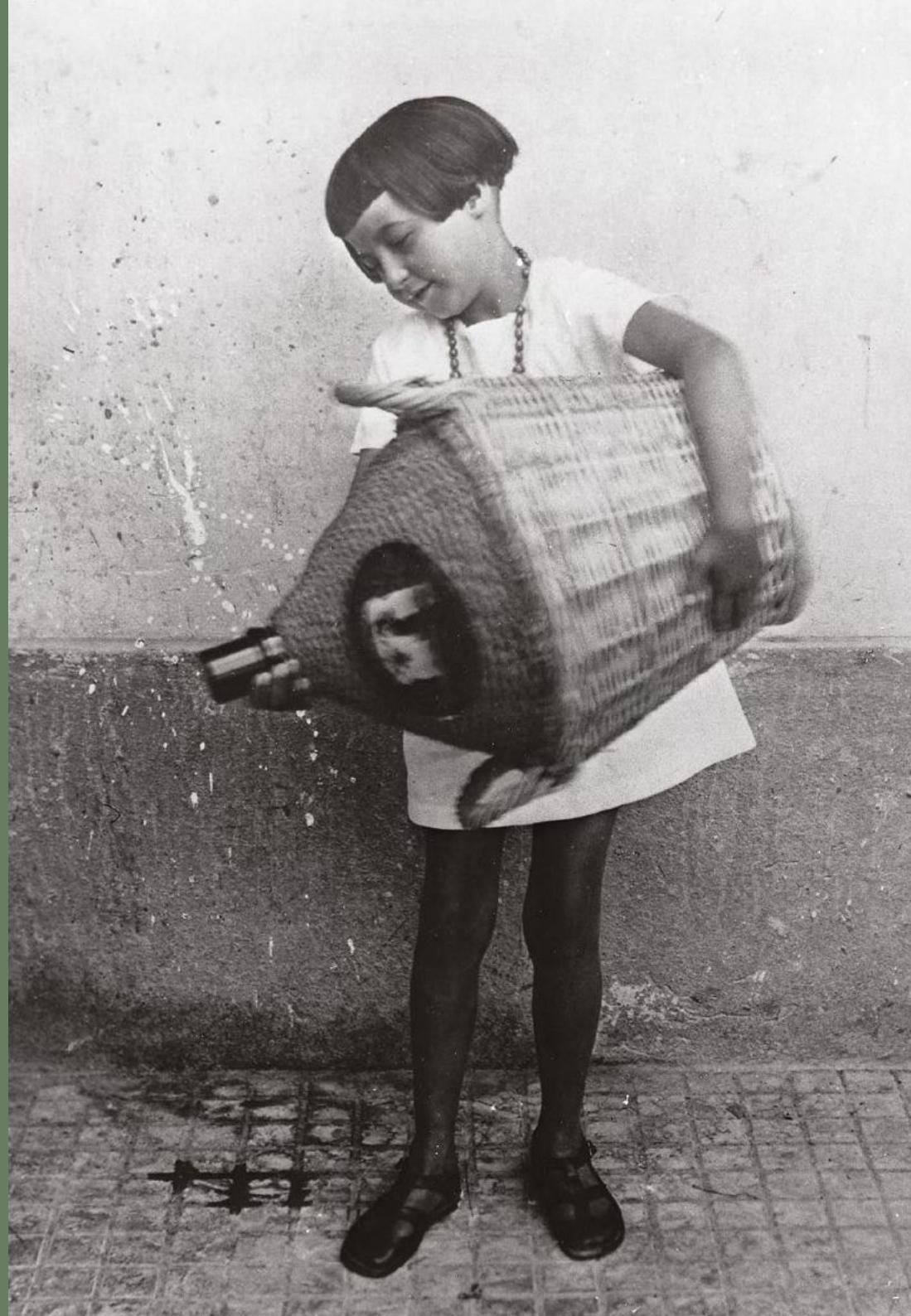
## 20 Empori

Questo è quello che abbiamo saputo fare, questo è quello che ci proponiamo di continuare a fare anche meglio nell'avvenire.

Questo racconto dice e attesta tante cose e vuole ricordare a tutti i componenti la nostra società ed in particolare ai nostri figli ed ai nostri nipoti come l'azienda è sorta e si è sviluppata, si è affermata: è nobile storia di famiglia che deve essere conosciuta e ricordata.

Giovanni Carli  
nel Cinquantenario di Fratelli Carli, 1961

”



## Una storia di eccellenza ultracentenaria

Quello di Fratelli Carli è un **viaggio** **iniziato nel 1911** da Giovanni Carli che intuì le grandi potenzialità della tradizione olivicola della sua terra, l'imperiese.

Da allora, è stata scritta una storia che giunge fino ai giorni nostri, tramandando per **ben quattro generazioni** conoscenze e competenze uniche, oltre all'amore per un prodotto, **l'olio di oliva**, che è impresso nel DNA dell'azienda.

## Oneglia 1911

La forza di un'idea



In quell'anno l'oliveto della famiglia Carli frutta un raccolto eccezionale. Il ventenne Giovanni, uno dei sei figli di Carlo Carli, tipografo di Oneglia, ha l'idea di offrire l'olio, ottenuto in quantità abbondante, non ai commercianti locali bensì direttamente alle famiglie del vicino Piemonte.

## 1920

La creatività dà forma alla storia dell'azienda

Dalla penna del famoso cartellonista Plinio Codognato nasce il logotipo Fratelli Carli che, per 87 anni, identifica l'azienda.



## 1912

Il primo listino



La tipografia di famiglia si rivela una carta vincente. Si può stampare il primo listino prezzi per tenersi in contatto con i nuovi clienti.

## 1936

Nasce il primo Ricettario Carli



Un anno prima che l'azienda venga insignita del titolo di Fornitori della Real Casa, il capocuoco della Casa Reale, Cav. Pettini, cura la prima edizione del Ricettario Carli che viene impreziosito anche dalle illustrazioni di Cappadonia. Un gradito dono per tutti i clienti che continua ancora oggi.

## 1948

Il primo listino dopo la guerra



Due bombardamenti nel 1943 e 1944 radono al suolo lo stabilimento. Il giovane Carlo Carli, figlio di Giovanni, ricostruisce l'azienda che nel 1948 riprende finalmente le vendite.

## 1965

Nascono i furgoncini Fratelli Carli



È il desiderio di servire sempre meglio i clienti che fa nascere il sistema di consegna direttamente a domicilio che sostituisce la spedizione a mezzo ferrovia.

# 1972

Il pioneristico Centro Meccanografico



Nel cuore della nuova sede, costruita nel 1971, fa bella mostra di sé il primo innovativo Centro Meccanografico che permette di guardare, come sempre, al futuro.

# 1997

Nasce Mediterranea



Sposando la filosofia di benessere da sempre promossa dall'azienda, prende vita il progetto della gamma di cosmetici all'olio di oliva Mediterranea.

# 2011

Cento anni di attività

## 100

Si celebra il secolo di vita dell'azienda. Un lungo percorso di tradizione, qualità e sostenibilità che continua con l'impegno e la passione della quarta generazione della famiglia, entrata in azienda nel corso degli anni 2000.

# 2019

Fratelli Carli Società Benefit



A testimonianza dell'impegno profuso in ottica di innovazione sostenibile, l'azienda ha cambiato il proprio Statuto diventando anche Società Benefit.

# 1996

Primi nell'e-commerce



Fratelli Carli è tra le prime realtà italiane a credere nel web. Al primo sito, oliocarli.it, seguono piattaforme in tutte le lingue dei Paesi in cui vengono distribuiti i prodotti.

# 2010

Nasce l'Emporio di Imperia



Nello stabilimento di Imperia si inaugura il primo Emporio Fratelli Carli. Un format di negozio che, con successo, viene poi replicato nelle principali città italiane.

# 2014

Certificazione B Corp



Fratelli Carli è la prima azienda produttiva italiana ad ottenere la Certificazione B Corp.

# 2022

Verso la Carbon Neutrality



Sposando la sfida globale, Fratelli Carli ha strutturato un piano di misurazione e riduzione delle emissioni e ha deciso di iniziare un percorso di compensazione dando priorità alla logistica di consegna per l'Italia.



Inquadra il **QRcode** per scoprire i **momenti più significativi della storia** di Fratelli Carli

## Cura, passione, tradizione

Da più di un secolo, l'azienda dà importanza alla cultura del territorio, alla passione per la qualità, al rispetto per il lavoro. **Ogni giorno, Fratelli Carli entra nelle case dei clienti non solo per portare i suoi prodotti, ma anche per trasmettere la sua visione e i suoi valori** con l'obiettivo di mantenere viva una relazione unica che, in molti casi, continua da decenni.

## La visione dell'azienda

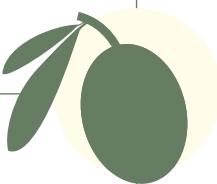
**Diffondere la cultura dell'olio e del gusto italiano attraverso il contatto diretto con i clienti, senza mai accettare compromessi sulla qualità, nel rispetto dell'ambiente e delle persone.**

### Sostenibilità

Rispettiamo rigorosi standard sociali e ambientali, fortemente consapevoli della nostra responsabilità verso la società e il pianeta.

### Come lavoriamo fa la differenza

Fare bene è ciò che sappiamo fare meglio. È il principio che ci guida e ci spinge a dedicare attenzione a ogni dettaglio, sempre: in quello che produciamo, nel nostro servizio, nel nostro esclusivo rapporto con il cliente.



### Rendiamo ogni momento a tavola un'esperienza di gusto unico

Il Gusto Carli è protagonista: quel buono che si può portare sempre a tavola, perché adatto a ogni occasione.

Il Gusto Carli è straordinario e quotidiano allo stesso tempo; i nostri prodotti si consumano sia in occasioni speciali che non e rendono ogni momento a tavola straordinario, tutto da gustare.

### I nostri Elementi distintivi di marca

### Siamo punto di riferimento nel mondo dell'olio

La nostra azienda è nata e cresciuta a Imperia, nella soleggiata Liguria, dove l'olivo è simbolo di cultura e passione per la produzione di olio di alta qualità. Da quattro generazioni, il nostro saper fare viene custodito, affinato e nutrito da stimoli sempre nuovi.





In ogni prodotto si celano fantasia e lavoro, idee e sacrifici, speranze e - perché negarlo - anche fierezza dei risultati ottenuti. Sono tutte cose vere, certamente degne di essere dette e fatte conoscere.

Giovanni Carli

Programma mensile di Propaganda ed Espansione, 1971

”

## I prodotti

L'eccellenza è ciò che l'azienda ricerca in tutto ciò che produce: a partire dall'olio, con il quale tutto ha avuto inizio più di un secolo fa, fino alle specialità gastronomiche, alle quali si è arrivati per vocazione. Offrire specialità della cucina ligure e mediterranea, accanto all'olio, è stata un'evoluzione naturale, nata dal desiderio di condividere i sapori più autentici, con semplicità e genuinità, condividendo con i nostri clienti la nostra stessa passione.

### L'OLIO DI OLIVA, DALLA TRADIZIONE AL BIOLOGICO

---

L'assaggio dell'olio è un rito ancora oggi riservato ai componenti della famiglia Carli. Una garanzia di qualità assicurata dalla selezione dei migliori oli prodotti da olivicoltori di fiducia nelle zone oleicole più vociate del Mediterraneo europeo. La gamma offre diverse varietà di oli extra vergine di oliva e un olio di oliva, per rispondere ai gusti di tutti e alle diverse esigenze in tavola e in cucina.

## I PRODOTTI DELLA GASTRONOMIA, UNA RELAZIONE DI FIDUCIA

Lo stabilimento di Gazzelli, un piccolo centro dell'entroterra di Imperia immerso nel verde degli oliveti, è il cuore della produzione di molte delle specialità gastronomiche di Fratelli Carli. Qui vengono anche definiti gli standard di qualità che l'azienda sviluppa insieme ai suoi fornitori esterni: dalla scelta delle migliori materie prime, alla capacità di creare una perfetta sintesi tra processi industriali e cura artigianale. Da Gazzelli, e da una rete di produttori punto di riferimento della tradizione del territorio, nasce così una gamma completa di specialità alimentari ispirate al mondo dell'olio di oliva e alla genuinità della "buona cucina" delle famiglie italiane.



## MEDITERRANEA, LA COSMESI A MISURA DI NATURA

Mediterranea è la linea cosmetica creata da Fratelli Carli per coniugare la tradizione con la ricerca, al servizio del benessere e della bellezza.

La lunga esperienza nella lavorazione di un prodotto così nobile, naturale e antico come l'olio, ha permesso nel 1996 a Lucio Carli di realizzare il suo sogno: sviluppare **formule cosmetiche originali ed efficaci che sublimassero le note proprietà antiossidanti e i preziosi principi attivi della materia prima**. Mediterranea è una marca solida che vanta più di 300 prodotti per il viso e per il corpo, in grado di soddisfare pienamente il desiderio di bellezza e benessere di tutte le donne, italiane e non solo. Il team Ricerca e Sviluppo di Mediterranea crea **prodotti altamente innovativi: un perfetto incontro tra scienza e natura, tra la semplicità dei principi attivi naturali e l'innovazione delle formulazioni**.



## **RESPONSABILITÀ, ETICA E TRASPARENZA**

---

Il sistema di governance di Fratelli Carli S.p.A. S.B. è caratterizzato da un insieme di regole, comportamenti e processi volti a garantire trasparenza, efficienza e responsabilità.



# Responsabilità, etica e trasparenza

Il sistema di governance di Fratelli Carli S.p.A. S.B. è caratterizzato da un insieme di regole, comportamenti e processi volti a garantire **trasparenza, efficienza e responsabilità**.

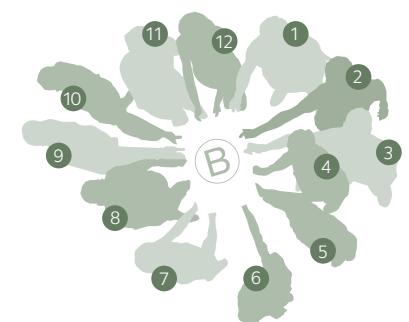
Nell'ambito della responsabilità, la governance di Fratelli Carli si adopera per garantire un ambiente di lavoro capace di assicurare un impegno costante alla lotta alla corruzione, ribadendo l'importanza del valore della legalità.

Il più alto organo di governo, nominato dall'Assemblea dei Soci, è il Consiglio di Amministrazione.

**Il Consiglio di Amministrazione, che ha un ruolo centrale nello svolgimento delle funzioni di indirizzo strategico e di coordinamento organizzativo aziendale**, è composto da una donna e quattro uomini. Due consiglieri fanno parte della fascia d'età dai 30 ai 50 anni, mentre i restanti tre sono tutti appartenenti alla fascia d'età superiore. Dal 2019 non ci sono stati cambiamenti nella composizione del CdA di Fratelli Carli.

Gian Franco Carli	Presidente e Amministratore Delegato
Carlo Carli	Direttore Generale e Consigliere
Lucio Carli	Consigliere
Claudia Carli	Consigliere
Luciano Benza	Consigliere

I membri del Consiglio di Amministrazione sono dotati di tutte le competenze e conoscenze necessarie per identificare e gestire questioni e impatti legati alla sostenibilità nell'ambito della loro gestione. Essi ricevono supporto sia dal **Comitato di Sostenibilità (CO.SO.)** che dal **Comitato di Direzione**, con cui collaborano attivamente per garantire una gestione sostenibile dell'azienda.



- 1 Gian Franco Carli · Presidente e A.D.
- 2 Alessandro Anemone · Responsabile Ufficio Acquisti Alimentare
- 3 Gino De Andreis · Responsabile Controllo Qualità Prodotto
- 4 Marcello Porro · Responsabile Confezionamento e Magazzini
- 5 Luca Ramella · Ufficio Acquisti Mediterranea
- 6 Marta Gorlero · Responsabile Marketing e Sviluppo Prodotto Alimentare
- 7 Claudia Carli · Responsabile Comunicazione Corporate
- 8 Carlo Carli · Direttore Generale
- 9 Federico Calzamiglia · Direttore Operations
- 10 Vittorio Zeviani · Ufficio Tecnico
- 11 Massimo Belmonte · Direttore Risorse Umane
- 12 Patrizia Sacco · Sustainability & B-Corp Coordinator

Il **Comitato di Sostenibilità (CO.SO.)** è l'organo al quale il Consiglio di Amministrazione ha deciso di delegare la **gestione delle tematiche di innovazione sostenibile**. Istituito nel 2013, svolge funzioni propositive e consultive nella definizione di obiettivi e azioni per promuovere la sostenibilità. Il Comitato, **composto dai rappresentanti di tutte le funzioni aziendali** e presieduto da un membro del CdA, coordina e guida l'impegno dell'azienda nella creazione di un nuovo modello sociale e di sviluppo. Trimestralmente viene presentata una relazione al CdA.

Il **Comitato di Direzione** invece, ha la responsabilità di gestire gli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. È composto dai dirigenti apicali dell'azienda e rappresenta quindi una visione globale dell'organizzazione, valutando in modo olistico le materie sottoposte alla loro attenzione, in considerazione delle interconnessioni e delle implicazioni a livello organizzativo.

Per quanto riguarda la parte remunerativa, il **Consiglio di Amministrazione** amministra un budget determinato dall'Assemblea. All'interno del CdA, a seconda degli incarichi, viene definita la ripartizione del budget. Per la **classe dirigenziale**, sono presenti sia componenti di retribuzione fissa che variabile.

Non viene previsto alcun bonus di ingresso e viene rispettato il pagamento del TFR (Trattamento di Fine Rapporto). Non sono presenti clausole contrattuali particolari relative alle performance di sostenibilità, ma sono previsti benefici pensionistici e politiche retributive che, sebbene non siano codificate in modo specifico, sono legate al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Esiste una procedura per la determinazione della remunerazione, che viene periodicamente aggiornata.

La promozione di una condotta responsabile all'interno dell'azienda si basa su due elementi principali: i **pilastri di sostenibilità** e lo **statuto aziendale**. Lo statuto rappresenta il documento cardine che guida l'operato dell'azienda, delineando gli impegni e gli obiettivi per una gestione responsabile. La gestione degli impatti è affidata alle funzioni responsabili all'interno dell'azienda. Queste funzioni, infatti, si occupano di raccogliere e gestire tempestivamente le segnalazioni e le istanze sollevate dagli stakeholder, valutandone l'effettiva sussistenza, l'eventuale magnitudo e l'urgenza. Successivamente, vengono considerate azioni di rimedio appropriate che ne consentano la mitigazione e il rimedio.

---

**12 membri**  
il Comitato di Sostenibilità (CO.SO.)

Questo approccio consente di mantenere un dialogo aperto con gli stakeholder e di agire in modo tempestivo nell'affrontare le istanze sollevate.

Al 31 dicembre 2022 non sono state ricevute segnalazioni di conflitti di interesse. Alcuni consiglieri sono membri, oltre che di quello di Fratelli Carli, anche di altri Consigli di Amministrazione: lo Statuto prevede che la partecipazione al Consiglio Direttivo di altre aziende non violi il principio di concorrenza.

Per garantire un canale sicuro e confidenziale per la raccolta di segnalazioni importanti, nel corso della prima metà del 2023 è stato istituito un canale di *whistleblowing* in conformità con la normativa vigente. Tale sistema permette ai dipendenti e ad altre parti interessate di segnalare criticità in modo anonimo e protetto.

In questo modo, l'azienda può prendere tempestivamente provvedimenti sulle questioni segnalate, garantendo la trasparenza e la gestione responsabile delle problematiche rilevanti. Le criticità significative vengono prontamente comunicate al massimo organo di governo dell'azienda.

In sintesi, l'azienda si impegna a promuovere una condotta responsabile attraverso gli impegni delineati nello statuto e con i pilastri e grazie agli strumenti a disposizione di clienti, dipendenti e stakeholder.

Di seguito, le associazioni di settore di cui l'azienda fa parte:



Nel triennio di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti.



## **IL NOSTRO PROGRESSO RESPONSABILE: TRADIZIONE, ECCELLENZA, AMBIENTE**

---

Per beneficio comune si intende il perseguitamento di uno o più effetti positivi e/o riduzione di impatti negativi su persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri stakeholder.



# Il nostro Progresso Responsabile: tradizione, eccellenza, ambiente.

B Corp Certificata

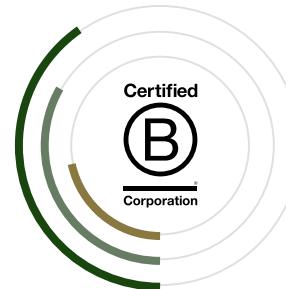
Fratelli Carli S.p.A. S.B. è stata, nel 2014, la prima realtà produttiva italiana a ottenere la certificazione di Benefit Corporation<sup>1</sup>, con l'aspirazione di costruire un futuro migliore per le persone e per il pianeta. Essere B Corp significa, infatti, non solo aspirare ad essere la migliore azienda del mondo, ma la migliore azienda per il mondo. L'iter di certificazione, attraverso il rigoroso modello di controllo B Impact Assessment, dà conto dell'impatto sociale e ambientale delle organizzazioni. La Certificazione si ottiene con un minimo di 80 punti; Fratelli Carli ha ottenuto 90 nel 2014, arrivando a 97 nel 2016 e 98,3 nel 2019. In vista della ricertificazione, prevista nel 2023, Fratelli Carli si è nuovamente misurata con lo standard B Impact Assessment guardando ai dati relativi all'anno 2022. Il percorso di ricertificazione si completerà nel corso del prossimo anno con la validazione del nuovo punteggio ottenuto dell'azienda.

Dal 2016 al 2021, inoltre, Fratelli Carli è stata premiata tra le migliori B Corp al mondo per quanto riguarda le attività a salvaguardia dell'ambiente (nella categoria delle aziende con più di 250 dipendenti) come azienda Best For The World – Environment.



**PUNTEGGIO  
COMPLESSIVO  
B IMPACT**

**98,3**



**80**

Punteggio necessario per ottenere la certificazione B Corp

**50,9**

Punteggio medio delle società



<sup>1</sup> Per maggiori informazioni si faccia riferimento al seguente link: <https://bcorporation.eu/about-b-lab/country-partner/italy>

## Fratelli Carli diventa anche Società Benefit

Nel dicembre 2019 Fratelli Carli ha scelto di adottare la forma giuridica di Società Benefit in conformità con la legislazione italiana, includendo nel proprio Statuto l'impegno a perseguire, oltre al profitto, finalità di **beneficio comune**. Per beneficio comune si intende la realizzazione di uno o più effetti positivi e/o la riduzione di impatti negativi su persone, comunità, territori e ambiente. **Scrivere chiaramente questo impegno nello Statuto significa** farlo diventare, al di là di ogni evoluzione e trasformazione, **parte integrante dell'azienda**.

**Le Società Benefit (SB) rappresentano "un'evoluzione del concetto stesso di azienda"**<sup>2</sup> che con il proprio status giuridico si impegna al raggiungimento di una doppia

*finalità: il perseguitamento del profitto e la responsabilità sociale ed ambientale*". La forma giuridica di Società di Benefit è stata introdotta in Italia nel 2016, diventando così il primo Paese in Europa e al mondo - al di fuori degli Stati Uniti - a introdurre tale forma giuridica. Ciò ha consentito alle imprese di allineare la propria missione aziendale alla ricerca di valore condiviso nel lungo termine. Spetta agli amministratori e al management garantire che le attività siano condotte con l'obiettivo di generare un impatto positivo e che vengano realizzate nel perseguitamento delle finalità di beneficio comune dichiarate all'interno dello Statuto societario.

<sup>2</sup> Per maggiori informazioni si faccia riferimento al seguente link: <http://www.societabenefit.net/cosa-sono-le-societa-benefit/>.



Una **B Corporation** (B Corp) è un'azienda che, volontariamente, rispetta rigorosi standard sociali ed ambientali, non rinunciando a "essere sul mercato", ma essendo fortemente consapevole della propria responsabilità verso la società e il pianeta.

**In queste realtà, la sostenibilità è considerata parte fondamentale del lavoro: l'unica via per garantire una possibilità di futuro.**

+6.000  
B Corp nel mondo

+2.000  
le Società Benefit

Attraverso il framework delle **B Corp** le aziende si impegnano a creare valore sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder. Principio fondamentale delle B Corp è l'interdipendenza, ovvero la consapevolezza che ognuno dipende da altri ed è quindi responsabile nei confronti di tutti gli stakeholder e delle generazioni future. Una B Corp è una realtà protagonista di un mondo capace di creare il giusto equilibrio tra consumo, benessere, creazione di ricchezza, rispetto per le persone e per l'ecosistema.

Il **B Impact Assessment** (BIA) è il rigoroso modello di controllo della Certificazione B Corp che consente alle aziende di misurare i propri impatti economici, ambientali e sociali. Le aziende che superino la soglia di 80 punti, su una scala da 0 a 200, sono eleggibili come **B Corp Certified**.

## I Pilastri di Sostenibilità

**Lo storico impegno di Fratelli Carli per la sostenibilità si traduce e prende forma nei cinque pilastri del Progresso Responsabile**, in cui vengono declinati gli impegni dell'azienda.

Tali pilastri costituiscono i punti chiave dell'orizzonte di azione di Fratelli Carli che, dopo essersi costituita Società Benefit, ha deciso di ufficializzarli **all'interno dello Statuto societario**, esplicitando così le **finalità di beneficio comune** che l'azienda si propone di perseguire.



Le pratiche aziendali sono guidate e orientate dalle finalità di beneficio comune dell'azienda che, annualmente, pianifica i propri obiettivi di impatto, le azioni necessarie per il loro progressivo raggiungimento e i criteri di valutazione dell'impatto generato.

## Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)

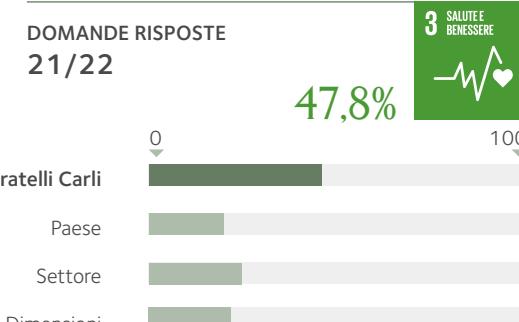
Fratelli Carli attraverso il perseguitamento del beneficio comune si impegna inoltre a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ("Sustainable Development Goal - SDG"), approvati dalle Nazioni Unite nel 2015. Le finalità di beneficio comune espresse nello Statuto contribuiscono, in particolare, al raggiungimento dei seguenti SDG.



Attraverso l'**SDG Action Manager**, uno strumento capace di misurare l'impatto dell'azienda unendo le linee guida del B Impact Assessment di B Lab e i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite, **Fratelli Carli ha calcolato il proprio impatto sugli SDG di riferimento**. In questo modo le attività aziendali significative vengono evidenziate e sviluppate, anche grazie al benchmarking, favorendo il costante miglioramento delle ricadute positive sui diversi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

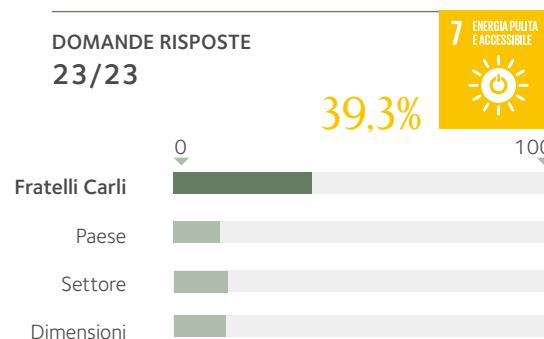
La valutazione ha permesso anche di evidenziare come Fratelli Carli impatti positivamente anche tutti gli altri SDG e non solo quelli di riferimento. Un'indicazione importante che rende evidente l'impegno e la sensibilità dell'azienda nel suo operare quotidiano.

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



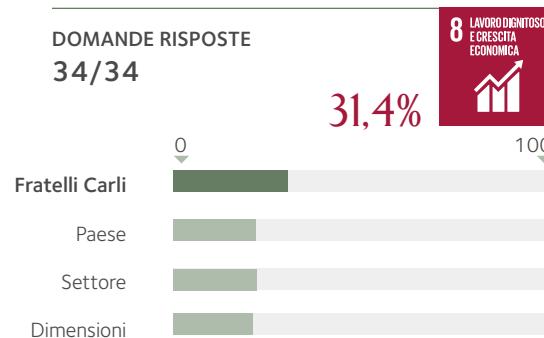
### SDG 3 Assicurare salute e benessere

La valutazione considera in che modo l'azienda può contribuire alla salute e al benessere per tutti, come per esempio nel fornire copertura sanitaria e salute sul lavoro e programmi di sicurezza per tutti i lavoratori.



### SDG 7 Energia accessibile e pulita

La valutazione considera in che modo l'azienda può adottare misure per fornire energia pulita e accessibile a tutti per esempio attraverso l'utilizzo di energia rinnovabile a basso impatto, o migliorando l'efficienza energetica.



### SDG 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

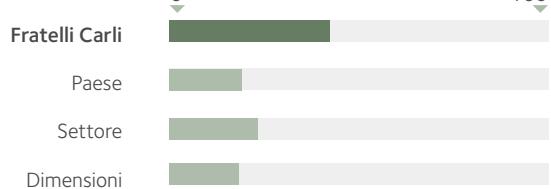
La valutazione considera in che modo l'azienda può adottare misure per offrire lavoro dignitoso e crescita economica come per esempio pagare un salario di sussistenza e garantire condizioni di sviluppo equo ai lavoratori delle proprie operazioni e nella catena di fornitura.

# OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

GLI ALTRI SDG

DOMANDE RISPOSTE  
22/22

50,4%



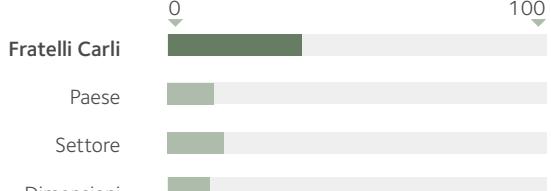
SDG 12

## Consumo e produzione responsabili

La valutazione considera cosa può fare l'azienda per mantenere la produzione e il consumo a livelli responsabili, come per esempio adottare i principi dell'Economia circolare e condurre assessment sull'impatto dei fornitori sul consumo di risorse.

DOMANDE RISPOSTE  
29/29

38,9%



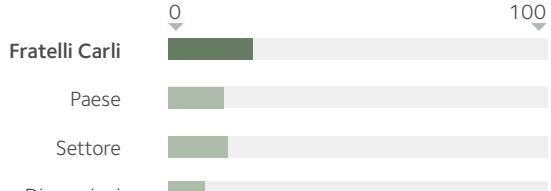
SDG 14

## Vita sott'acqua

La valutazione considera in che modo l'azienda può fare per preservare e utilizzare gli oceani, i mari e le risorse marine in modo sostenibile, come per esempio conducendo un assessment sull'impatto dell'azienda sulla salute degli oceani.

DOMANDE RISPOSTE  
21/21

27,5%



SDG 15

## La vita sulla terra

La valutazione considera in che modo l'azienda può proteggere, ripristinare e promuovere un utilizzo sostenibile degli ecosistemi, con azioni come per esempio pratiche di utilizzo dei terreni sostenibili, e screening di gestione ambientale.

24,4%



19,7%



12,2%



15%



18,2%



17,2%



14,3%



33,4%



33,4%



19,7%





## **L'ANALISI DI MATERIALITÀ: I TEMI PIÙ IMPORTANTI**

---

Il processo di analisi di materialità viene utilizzato come base di partenza per sviluppare una rendicontazione di sostenibilità il più possibile trasparente, chiara ed efficace.



# L'analisi di materialità: i temi più importanti

In continuità con il 2021, anche per l'anno di rendicontazione 2022 Fratelli Carli ha svolto l'**analisi di materialità** propedeutica all'identificazione dei temi di sostenibilità maggiormente rilevanti per l'azienda, in materia economica, ambientale e sociale. In particolare, l'analisi è stata condotta secondo la nuova metodologia introdotta dagli Standard del Global Reporting Initiative (GRI 2021).

Il nuovo approccio metodologico si basa sul concetto di impatto, definito come l'effetto che un'organizzazione ha (*impatto effettivo*) o che potrebbe avere (*impatto potenziale*) sull'economia, sull'ambiente, sulle persone e sui diritti umani. Inoltre, gli impatti possono essere positivi se contribuiscono al progresso sostenibile delle persone, delle comunità locali e dell'ambiente, o *negativi* se al contrario causano un danno.

Il processo di **analisi di materialità** viene quindi utilizzato come base di partenza per sviluppare una rendicontazione di sostenibilità il più possibile **trasparente, chiara ed efficace** che prenda in considerazione l'intera catena del valore di Fratelli Carli, considerando quindi oltre alle attività di business (*core*), anche tutto ciò che avviene a monte (*upstream*) e a valle dell'azienda (*downstream*).

Al fine di individuare i **temi di sostenibilità significativi**, è stata effettuata, in prima battuta, un'analisi utile a comprendere il contesto in cui Fratelli Carli opera. L'analisi ha riguardato diverse fonti, interne ed esterne, per comprendere i trend di sostenibilità e confrontarli con le performance delle aziende che operano nei settori simili al business di Fratelli Carli.

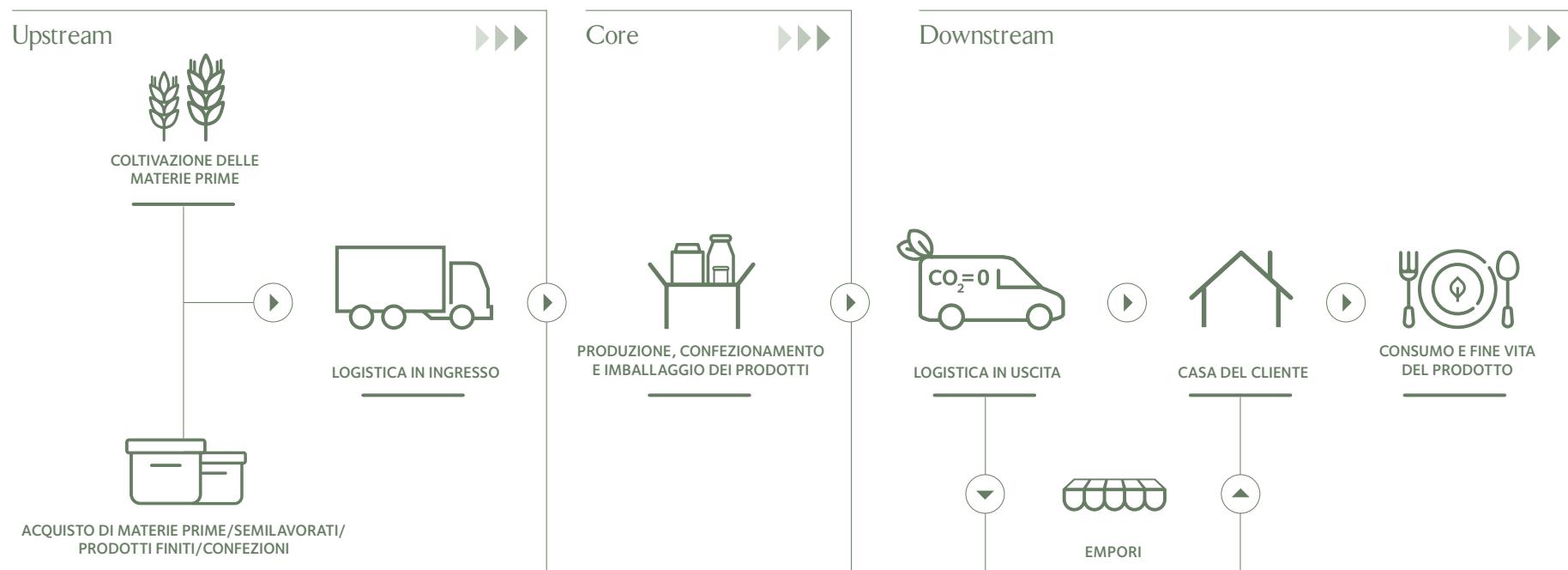
---

Il nuovo approccio metodologico introdotto dagli Standard GRI 2021 si basa sul concetto di impatto, definito come l'effetto che un'organizzazione ha o che potrebbe avere sull'economia, sull'ambiente, sulle persone e sui diritti umani.

Infine, è stata effettuata un'**analisi media** utile a tracciare le pressioni esterne provenienti dai principali canali di comunicazione. Sulla base delle informazioni raccolte, sono stati quindi identificati gli impatti che Fratelli Carli genera o può generare. Successivamente, si è proceduto con la valutazione della significatività di ciascun impatto identificato prendendo in considerazione la **gravità** dell'impatto, definita a sua volta dallo *scope*

(quanto frequentemente e diffusamente si verifica lungo la catena del valore), dalla *scale* (ovvero la gravità dell'impatto che si verifica) e dal carattere di irrimediabilità (la possibilità di ripristinare gli effetti dell'impatto), e la sua **probabilità** di accadimento. La prioritizzazione degli impatti secondo la metodologia appena descritta ha quindi consentito di identificare quelli maggiormente

rilevanti, e quindi meritevoli di attenzione: questi sono quindi stati integrati all'interno dei temi materiali definiti durante lo scorso esercizio di rendicontazione, che pur rimanendo uguali in termini di formulazione, vengono quindi declinati in maniera più completa grazie all'analisi dei loro impatti. Le tematiche di materialità così definite, costituiscono i punti focali dell'agire dell'azienda.



La tabella riassume i temi materiali e gli impatti ad essi associati. In aggiunta, per ciascun impatto è riportata una breve descrizione.

TEMATICA	TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO	DESCRIZIONE IMPATTO E CONTROMISURE ADOTTATE	CATENA DEL VALORE
 Persone	SICUREZZA E DIRITTI DEI DIPENDENTI	Danni alla salute e sicurezza dei lavoratori causati da un mancato adempimento agli obblighi normativi	Negativo Potenziale	<p><b>Descrizione:</b> condizioni di lavoro inadeguate e la mancanza di misure di prevenzione potrebbero causare impatti sulla salute e sulla sicurezza dei lavoratori in tutte le attività dirette e indirette.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> Fratelli Carli attua da sempre misure per la gestione e tutela della salute e sicurezza dei lavoratori. Ha inoltre implementato un Sistema integrato di Gestione Ambiente e Salute e Sicurezza sul Lavoro che consente di avere un presidio ancora più solido su questa tematica<sup>3</sup>.</p>	Upstream  Direct  Downstream
		Discriminazione e violazione dei diritti umani dovute a pratiche di tutela inadeguate	Negativo Potenziale	<p><b>Descrizione:</b> un mancato presidio e tutela dei diritti umani nelle attività dirette e indirette potrebbe portare a casi di discriminazione fra i dipendenti e nella catena di fornitura.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> Fratelli Carli si impegna a rispettare le disposizioni internazionali in materia di diritti umani e discriminazione<sup>3</sup>.</p>	Upstream  Direct
	BENESSERE E SVILUPPO DELLE PERSONE	Sviluppo delle competenze dei dipendenti grazie ad attività di formazione	Positivo Effettivo	<p><b>Descrizione:</b> per garantire la crescita professionale dei dipendenti, è fondamentale promuovere lo sviluppo di competenze specifiche, offrendo loro gli strumenti e la formazione necessari. Fratelli Carli attua un percorso formativo personalizzato e di valore per le sue risorse.</p>	Direct
	DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	Mancato rispetto delle diversità e pari opportunità dei dipendenti e collaboratori dovuto a pratiche D&I inadeguate	Negativo Potenziale	<p><b>Descrizione:</b> l'assenza di pratiche per la tutela delle diversità e promozione dell'inclusione tra i dipendenti potrebbe comportare un impatto negativo sul rispetto dei diritti umani, sul benessere in azienda, sulla capacità di <i>attraction</i> e <i>retention</i> di talenti.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> il rispetto della diversità e pari opportunità rappresenta uno dei principi fondamentali di Fratelli Carli. L'azienda, infatti, si impegna tra l'altro a garantire l'uguaglianza di genere ed un ambiente di lavoro inclusivo nel pieno rispetto dei diritti umani<sup>3</sup>.</p>	Direct

<sup>3</sup> Per maggiori informazioni riguardo alle attività di contromisure adottate dall'azienda si veda il Capitolo 3 Persone.

TEMATICA	TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO	DESCRIZIONE IMPATTO E CONTROMISURE ADOTTATE	CATENA DEL VALORE
 Materiali e prodotti	SODDISFAZIONE E SICUREZZA DEI CLIENTI	Salvaguardia del livello di soddisfazione dei clienti attraverso un servizio di assistenza dedicato	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> la soddisfazione del cliente è uno degli obiettivi principali di Fratelli Carli. L'alta qualità dei servizi offerti insieme ai diversi canali messi a disposizione della clientela per interagire con l'azienda, offrono una <i>brand experience</i> capace di soddisfare tutte le esigenze.	
		Tutela dei consumatori grazie ad una comunicazione trasparente	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli ha improntato tutta la propria comunicazione alla trasparenza, permettendo ai consumatori di fare scelte consapevoli ed informate.	
	SICUREZZA ALIMENTARE	Tutela dei consumatori tramite lo sviluppo di prodotti sani e genuini	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli tutela prioritariamente la salute e la sicurezza dei clienti tramite un attento e costante monitoraggio degli aspetti di sicurezza e qualità dei prodotti.	
	QUALITÀ ED ECCELLENZA DEI PRODOTTI	Sviluppo e produzione di prodotti di qualità tramite l'uso di materie prime eccellenti	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli utilizza solo materie prime di altissima qualità per i suoi prodotti. Il presidio sull'intera catena di fornitura e il rapporto duraturo e personale con i fornitori permette di assicurare un'accurata selezione degli ingredienti	
 Filiera di fornitura	SOSTENIBILITÀ DEI MATERIALI ED ECO-DESIGN DEL PRODOTTO	Sviluppo di prodotti con un packaging sostenibile	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli si impegna ad utilizzare materiali di packaging sempre più biodegradabili, rinnovabili e riciclabili.	
	GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	Sviluppo di una rete di fornitori fidati tramite il monitoraggio ed il presidio della catena di fornitura	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> l'azienda coinvolge da sempre i propri fornitori nel percorso verso il Progresso Responsabile, anche attraverso i Codici di sostenibilità creati insieme ai diversi Distretti della catena di fornitura, per poter offrire prodotti sempre più sostenibili lungo l'intera value chain.	
	VALORIZZAZIONE DELLE COMUNITÀ LOCALI	Creazione di valore economico e culturale per le comunità locali	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli dà sostegno diretto e indiretto alle comunità e ai territori in cui opera.	

TEMATICA	TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO	DESCRIZIONE IMPATTO E CONTROMISURE ADOTTATE	CATENA DEL VALORE
 <b>Energia e risorse</b> 	<b>CLIMATE ACTION</b>	Contributo al cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas ad effetto serra	Negativo Effettivo	<p><b>Descrizione:</b> le attività svolte da Fratelli Carli e nella sua catena del valore, generano emissioni CO<sub>2</sub>.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> Fratelli Carli si impegna ad utilizzare presso tutte le proprie sedi, gli Empori e i depositi, energia proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre, l'azienda ha raggiunto l'attestazione di Carbon Neutrality per l'intera logistica di consegna Italia<sup>4</sup>.</p>	Upstream  Direct  Downstream
	<b>RIDUZIONE DEGLI IMPATTI DELLA PRODUZIONE</b>	Depauperamento delle risorse idriche dovuto ad un uso inefficiente delle fonti d'acqua	Negativo Potenziale	<p><b>Descrizione:</b> un utilizzo inefficiente della risorsa idrica potrebbe comportare un deterioramento della risorsa stessa a discapito degli ecosistemi e delle comunità locali.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> l'azienda monitora costantemente i propri consumi idrici. La gestione della risorsa idrica è oggetto di supervisione anche per i fornitori di Fratelli Carli<sup>4</sup>.</p>	Upstream  Direct
		Danni ambientali causati da uno scorretto smaltimento dei rifiuti prodotti	Negativo Potenziale	<p><b>Descrizione:</b> se non smaltiti/recuperati correttamente, i rifiuti potrebbero causare impatti negativi sia sugli ecosistemi che sulle comunità locali.</p> <p><b>Contromisure adottate:</b> la gestione dei rifiuti e il loro corretto conferimento è regolamentato da apposite procedure interne, nel pieno rispetto della normativa vigente<sup>4</sup>.</p>	Upstream  Direct  Downstream

<sup>4</sup> Per maggiori informazioni riguardo alle contromisure adottate dall'azienda si veda il Capitolo 5 Energia e risorse.

TEMATICA	TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO	DESCRIZIONE IMPATTO E CONTROMISURE ADOTTATE	CATENA DEL VALORE
 Cultura e tradizione mediterranea	<b>PROMOZIONE DI STILI DI VITA SANI ATTRAVERSO LA DIFFUSIONE DELLA DIETA MEDITERRANEA</b>	Promozione di uno stile di vita salutare tramite lo sviluppo di ricette della tradizione italiana	Positivo Effettivo	<b>Descrizione:</b> Fratelli Carli si impegna a diffondere l'eccellenza gastronomica tipica dell'Italia che ha le sue basi nella cultura e nella tradizione mediterranea.	Direct
 Conduzione etica del business	CONDUZIONE ETICA DEL BUSINESS	Conseguenze sul sistema socioeconomico causate da pratiche di business scorrette	Negativo Potenziale	<b>Descrizione:</b> l'assenza di controlli adeguati lungo la value chain potrebbe esporre l'azienda a rischi di pratiche di business scorrette.  <b>Contromisure adottate:</b> la governance di Fratelli Carli si fonda sui principi di responsabilità, etica e trasparenza. Per questo l'azienda si impegna a mettere in atto una serie di azioni volte a garantire un presidio costante <sup>5</sup> .	Upstream Direct
	RISPETTO DELLA PRIVACY	Violazione della privacy causata da sistemi di controllo informatico inadeguati	Negativo Potenziale	<b>Descrizione:</b> episodi di <i>data breach</i> potrebbero determinare delle conseguenze negative in termini di violazione dei dati personali dei dipendenti e dei consumatori.  <b>Contromisure adottate:</b> la gestione della privacy e della sicurezza e salvaguardia nel trattamento dei dati personali è prerogativa di tutte le attività svolte dall'azienda, che è inoltre certificata ISO 27001 sui dati dei clienti e prospect <sup>3</sup> .	Upstream Direct

<sup>5</sup> Per maggiori informazioni riguardo alle attività di contromisure adottate dall'azienda si veda il Paragrafo "Responsabilità, etica e trasparenza".

## I portatori di interesse

Fratelli Carli ritiene che un dialogo costante e attivo con i propri stakeholder sia fondamentale per mantenere rapporti basati sui principi di collaborazione, correttezza e rispetto reciproco. L'azienda si impegna ogni giorno per coltivare la relazione con tutti i suoi portatori di interesse in modo da poter incontrare le loro aspettative e generare valore lungo l'intera *value chain*.

In particolare, l'azienda ha identificato i propri stakeholder rilevanti attraverso un'analisi desk da cui sono emerse le seguenti categorie principali: le comunità locali, i sindacati, gli enti regolatori, le organizzazioni di settore e B Corp, i fornitori, i clienti e le associazioni di categoria e i dipendenti. A monte e a valle dell'azienda, gli stakeholder coinvolti sono principalmente fornitori, coltivatori, operatori logistici, padroncini e clienti.

La stretta relazione con gli stakeholder costituisce un elemento imprescindibile della qualità del prodotto dell'azienda: per questa ragione, fra Fratelli Carli e i suoi stakeholder, si è instaurato e mantenuto un rapporto solido e duraturo di collaborazione e ascolto.

Fratelli Carli da sempre coinvolge i propri stakeholder attraverso diversi canali di comunicazione e differenti modalità di engagement.

Nella tabella che segue sono rappresentati i principali:

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
Dipendenti	Presentazioni e formazione su tematiche di sostenibilità Comunicazioni dal vertice aziendale Comunicati affissi in bacheca Intranet aziendale
Clienti	Sito istituzionale Gestione reclami Customer Care Campagne di comunicazione Visite presso lo stabilimento
Fornitori	Sito istituzionale Presentazioni e questionari su tematiche di sostenibilità Riunioni ed eventi congiunti sui Codici
Enti regolatori	Sito istituzionale Certificazioni
Sindacati	Contrattazioni Partecipazione a riunioni/ eventi
Comunità locali	Sito istituzionale Comunicazione esterna Comunicati stampa Collaborazioni con organizzazioni esterne
Associazioni di categoria	Sito istituzionale Partecipazione a riunioni/ eventi
Organizzazioni di settore e B Corp	Sito istituzionale Partecipazione ad eventi della comunità B Corp Iniziative specifiche

L'azienda, ogni anno, dà conto della creazione e della distribuzione di ricchezza verso i propri stakeholder, mostrando l'impatto che l'andamento economico e finanziario dell'azienda ha sui propri portatori di interesse e sulla comunità che la circonda.

Il valore generato da Fratelli Carli viene in gran parte ridistribuito al territorio locale, prevalentemente in Italia, attraverso la creazione di occupazione e la scelta di fornitori locali.

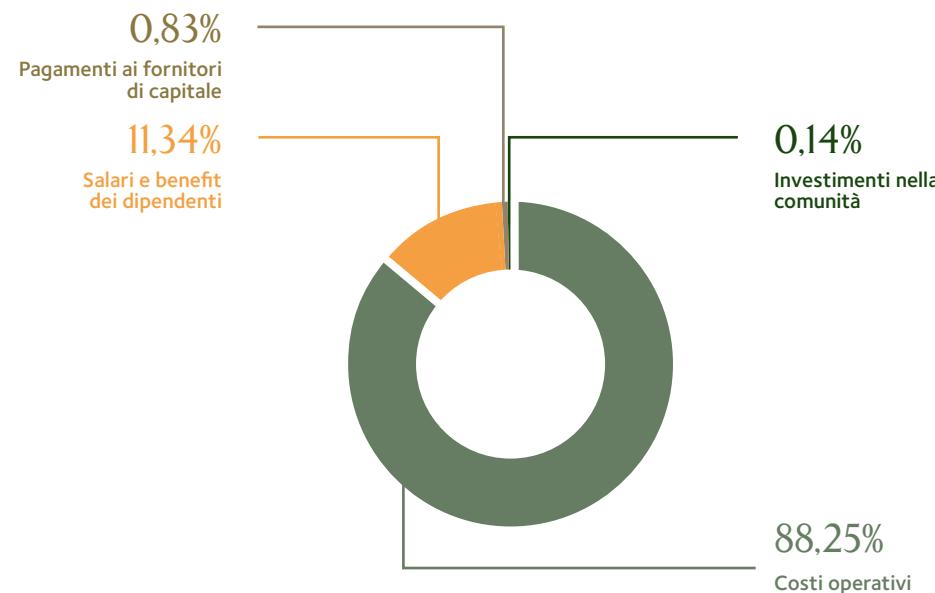
Nel 2022 il valore economico direttamente generato è stato pari a € 159 milioni, in aumento rispetto all'anno precedente del 2%, il valore economico trattenuto si attesta attorno a € 2 milioni, in diminuzione rispetto allo scorso anno. .

Nel seguente grafico viene rappresentato il valore economico distribuito (€ 157 milioni): in particolare, l'88% è da imputarsi a costi operativi, l' 11% al costo del personale (salari e benefit), mentre la restante quota è spartita fra gli investimenti nella comunità (sponsorizzazioni) e i pagamenti ai fornitori di capitale e alla Pubblica Amministrazione.

---

**€159 milioni**  
valore economico direttamente  
generato nel 2022

Valore economico distribuito (2022)



## **UNA VISIONE DI LUNGO TERMINE**

---

Avere una visione di lungo termine significa avere una forte tensione ideale, ma soprattutto la volontà di cambiare quegli aspetti su cui non è possibile incidere nel breve periodo. Per questo non ci siamo limitati a rendicontare le nostre performance, ma abbiamo stabilito di perseguire un piano triennale in cui i nostri Pilastri di Sostenibilità vengono sostenuti e orientati da specifiche finalità di beneficio comune.



Le azioni che saranno presentate di seguito rappresentano il vero significato e l'impegno di Fratelli Carli nel perseguire le proprie finalità di beneficio comune come Società Benefit.

**Patrizia Sacco**  
Sustainability & B-Corp Coordinator

”

# Una visione di lungo termine

Per Fratelli Carli, avere una visione di lungo periodo significa guardare al futuro partendo dalle proprie radici e dalle solide fondamenta costruite pazientemente nel corso degli anni. Per questo motivo, l'azienda si impegna concretamente a investire nel continuo miglioramento delle pratiche di conduzione del business. Impegno che le ha consentito di posizionarsi come una delle aziende maggiormente attente alle tematiche ESG (Environment, Social, Governance) nel panorama italiano e che le ha permesso di ricevere numerosi riconoscimenti anche fra le consorelle B Corp – monitorando puntualmente e pubblicamente i progressi lungo l'intero orizzonte di azione.

La strategia messa a punto da Fratelli Carli per uno sviluppo aziendale responsabile, si concretizza attraverso la definizione di un Piano di Sostenibilità a medio termine, che combina la rendicontazione delle proprie *performance* con una pianificazione che definisce l'impegno di sostenibilità dell'azienda per i prossimi tre anni.

Il piano si poggia sui Pilastri di Sostenibilità, che delineano chiaramente le finalità di beneficio comune e l'impatto generato sui temi materiali e sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goal – SDG) di riferimento.

Una base di lavoro solida e condivisa che rende evidente l'importanza e la profondità delle tematiche di sostenibilità in ogni ambito dell'attività lavorativa.

---

Il piano si poggia sui Pilastri di Sostenibilità, che delineano chiaramente le finalità di beneficio comune e l'impatto generato sui temi materiali e sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goal – SDG) di riferimento.

Il Comitato di Sostenibilità ha confermato il suo concreto ruolo di guida nell'indirizzare l'operato dell'azienda sulle tematiche ESG e nel costruire, in modo condiviso e partecipato, il Piano di Sostenibilità a medio termine. Le azioni che saranno presentate di seguito rappresentano il vero significato e l'impegno di Fratelli Carli nel perseguire le proprie finalità di beneficio comune come Società Benefit.

## VERSO LA CARBON NEUTRALITY

# CO<sub>2</sub>

All'interno del Piano di Sostenibilità di Fratelli Carli, una menzione a parte merita un'iniziativa specifica della quale l'azienda va particolarmente orgogliosa: il percorso verso la **carbon neutrality**.

Raccogliendo un input importante dato dal più ampio movimento B Corp, Fratelli Carli ha infatti deciso di delineare il proprio piano di riduzione e compensazione delle emissioni climateranti e quindi del proprio impatto in termini di CO<sub>2</sub>.

Il primo passo in questa direzione si è concretizzato nel 2022, anno nel quale l'azienda ha scelto di dare priorità al settore dei trasporti, dedicandosi alla misurazione capillare delle emissioni climateranti derivanti dalla **logistica di consegna per l'Italia** e alla loro intera compensazione.

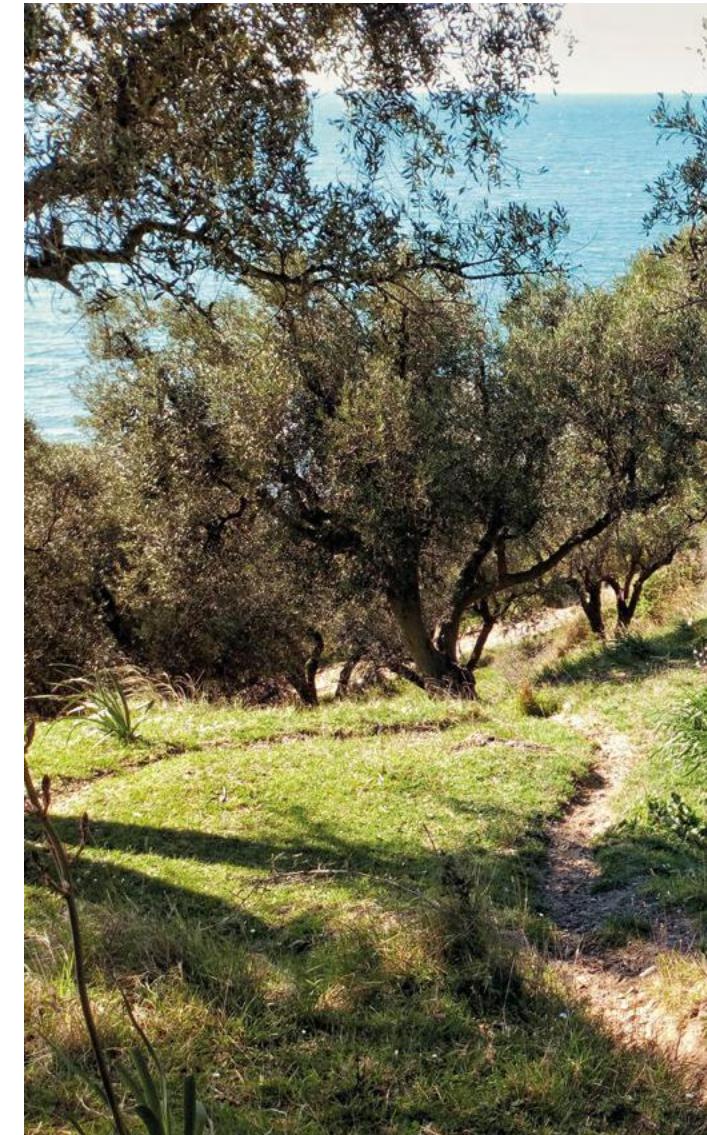


Tabella di raccordo  
Pilastrri - SDG -  
Temi materiali

PILAstri	SDG	TEMI MATERIALI
 Persone	 <b>3 SALUTE E BENESSERE</b>  <b>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</b>  <b>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</b>	 Materiali e prodotti
	 <b>3 SALUTE E BENESSERE</b>  <b>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</b>  <b>14 VITA SOTTACQUA</b>  <b>15 VITA SULLA TERRA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicurezza e diritti dei <b>dipendenti</b></li> <li>• Benessere e sviluppo delle <b>persone</b></li> <li>• Diversità e <b>pari opportunità</b></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità ed eccellenza di <b>prodotto</b></li> <li>• Sostenibilità dei <b>materiali</b> ed eco-design</li> </ul>



Filiera  
di fornitura



7 ENERGIA PULITA  
E ACCESSIBILE



8 LAVORO DIGNITOSO  
E CRESCITA ECONOMICA



12 CONSUMO E  
PRODUZIONE  
RESPONSABILI



17 PARTNERSHIP  
PER GLI OBIETTIVI



Energia  
e risorse



7 ENERGIA PULITA  
E ACCESSIBILE



12 CONSUMO E  
PRODUZIONE  
RESPONSABILI



Cultura e tradizione  
mediterranea



12 CONSUMO E  
PRODUZIONE  
RESPONSABILI

Conduzione  
etica del  
business

>  
LOTTA ALLA  
CORRUZIONE

>  
NON  
DISCRIMINAZIONE

>  
RISPETTO  
DELLA  
PRIVACY

- Gestione Responsabile della **catena di fornitura**
- Valorizzazione delle **comunità locali**

- Lotta al **cambiamento climatico**
- Gestione dei **rifiuti** e degli sprechi
- Uso responsabile delle **risorse**

- Promozione di **stili di vita sani** attraverso il **Made in Italy**

## Piano di Sostenibilità 2023-2025

### OBIETTIVI 2022-2025



#### Persone

- Ripensare l'intero customer care per farlo diventare luogo di incontro speciale per i clienti.
- Implementare un nuovo piano di welfare per i dipendenti.

### OBIETTIVI 2022-2025

- Progettare un nuovo sito che possa offrire servizi e contenuti sempre più innovativi e completi.
- Contribuire ad iniziative che agiscono dove ci sono condizioni svantaggiose, promuovendo accesso all'acqua, alle cure e alla ricerca.
- Incrementare il numero di ore di formazione in particolare sulla sostenibilità.
- Svolgere un'indagine di clima.
- Sostenere le necessità delle comunità locali anche con la donazione di prodotti.
- Mantenere elevatissimi standard di qualità di servizio per i clienti.
- Contribuire ad iniziative che agiscono ove vi sono condizioni svantaggiose, promuovendo accesso all'acqua, cure e alla ricerca.
- Implementare i servizi offerti ed i canali di contatto con l'azienda per tutti i clienti.

### OBIETTIVI 2022-2025

- Portare al 50% la percentuale delle linee di prodotti analizzati con l'SLCA.
- Svolgere un'analisi LCA per almeno il 50% dei prodotti.
- Completare il progetto "Scatole sostenibili" per le nostre specialità alimentari.



#### Materiali e prodotti

- Riprogettare, in ottica di sostenibilità, il pack primario e secondario dei nostri prodotti.
- Svolgere un'analisi LCA per almeno il 10% del pack secondario.
- Ripensare gli omaggi dedicati ai clienti in ottica di sostenibilità.
- Rendere sempre più accessibili per i clienti le informazioni sulla tracciabilità dei prodotti.



pag. 66

### OBIETTIVI 2022-2025



pag. 50

### OBIETTIVI 2022-2025

- Mediterranea: sviluppare nuove linee di cosmetici sempre più sostenibili.
- Incrementare la percentuale di specialità alimentari con Certificazioni di sostenibilità e/o prodotte da aziende certificate B Corp o Società Benefit.



pag. 66

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Aggiornare il Codice dell'Olivo.
- Aggiornare il Codice dei Trasporti.
- Coinvolgere il Distretto dei Trasporti sul progetto "Carbon Neutrality".



Filiera  
di fornitura



pag. 78

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Aggiornare e validare gli inventari delle emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3.
- Definire e implementare un piano per il raggiungimento della Carbon Neutrality dell'organizzazione.



Energia  
e risorse



pag. 88

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Raggiungere, con tutta la supply chain, gli obiettivi dei nuovi Codici utilizzando gli strumenti condivisi.
- Trasformare i Distretti di Bontà e della Bellezza in Distretti "Benefit"
- Portare all'80% il numero di fornitori coinvolti nei Codici e valutati secondo criteri ambientali e sociali

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Implementare e ampliare il perimetro del nuovo Sistema di Gestione Ambientale.
- Compensare l'impatto ambientale di tutte le consegne a domicilio dei clienti in tutti i paesi esteri serviti.

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Mantenere la percentuale di rifiuti inviati a recupero superiore al 90% sul totale dei rifiuti prodotti.

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Diffondere la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva e della tradizione alimentare del Mediterraneo.



Cultura e tradizione  
mediterranea



pag. 100

**OBIETTIVI 2022-2025**

- Divulgare la cultura della Sostenibilità.

# Persone

Clienti, Dipendenti, Comunità





---

Vogliamo essere soprattutto una grande comunità di persone, clienti, dipendenti: un insieme di aspirazioni, motivazioni, capacità che creano valore. Persone speciali che incontriamo e con cui lavoriamo ogni giorno per dare vita ad un grande progetto comune: contribuire ad un modello di socialità basato sulla condivisione del benessere, il rispetto dei diritti, la partecipazione alla vita della collettività.

Massimo Belmonte  
Direttore Risorse Umane

”



## Risultati 2022

### Dipendenti



✓ È stata definita e implementata la politica emergenziale per smart working

✓ +52% le ore di formazione sulla sostenibilità

## Obiettivi 2022-2025

- Definire una politica non emergenziale per lo smart working
- Incrementare il numero di ore della formazione, in particolare sulla sostenibilità
- Implementare un nuovo piano welfare per i dipendenti
- Svolgere un'indagine di clima

### Clienti



✓ **99,89% le consegne** a domicilio dei nostri prodotti effettuate **senza errori o ritardi**

✓ +42% il numero di chat che sono state intrattenute con i clienti

- Mantenere elevatissimi standard di qualità di servizio per i clienti
- Implementare i servizi offerti ed i canali di contatto con l'azienda per tutti i clienti
- Ripensare l'intero customer care per farlo diventare luogo di incontro speciale per i clienti
- Progettare un nuovo sito che possa offrire servizi e contenuti sempre più innovativi e completi

### Comunità



✓ +10 le tonnellate di prodotti donate ad enti ed associazioni

✓ +1.200.000 litri di acqua portate a comunità che non avevano accesso a questa risorsa

- Sostenere le necessità delle comunità locali anche con la donazione di prodotti
- Contribuire ad iniziative che agiscono ove vi sono condizioni svantaggiose, promuovendo accesso all'acqua, alle cure e alla ricerca

## Highlights 2022

**378**

i dipendenti al  
31.12.2022

**50%**

la percentuale di **donne**  
presenti in azienda  
(+8% dal 2016)

Quasi il **41%**

dei dipendenti  
ha usufruito del  
**Welfare aziendale**

Oltre **1.000**

le **visite di prevenzione**  
**oncologica** gratuite svolte  
in azienda dal 2016

DIPENDENTI

**99,89%**

le **consegne a**  
**domicilio** dei nostri  
prodotti effettuate  
senza errori o ritardi

**1.055**

le **ore di formazione**  
del **Centro Ordini** per  
rispondere sempre meglio  
alle esigenze dei clienti

CLIENTI

**12.299**

(+42% rispetto al 2021)  
il numero di **conversazioni**  
**via chat con i clienti** di  
ogni nazione servita

**60**

il numero di **operatrici**  
del nostro **Centro Ordini**  
Italia e Estero

**+38**

le **associazioni**  
**sostenute** con la  
donazione di nostri  
prodotti

**+10**

le tonnellate di **prodotti**  
**alimentari donati**

**1.200.000**

i litri di **acqua potabile** garantiti  
a **progetti idrici** nel mondo

COMUNITÀ



# I dipendenti, persone di famiglia



## Italy's Best Employers 2023

Da sempre, Fratelli Carli ritiene le sue persone il cuore del suo successo, condividendo con loro aspirazioni ed esigenze, e avendo sempre un occhio di riguardo per l'attenzione alla sicurezza e salvaguardia della salute.

Tanto che l'azienda è stata inserita tra le 20 aziende top nella classifica "Italy's Best Employers" stilata da Corriere della Sera e Statista che premia le aziende con il più alto livello di soddisfazione dei propri dipendenti.

Grazie a un continuo sviluppo e a un ambiente stimolante, il personale di Fratelli Carli è caratterizzato da una grande competenza e passione per la sostenibilità. Sulla base di questi presupposti, l'azienda da anni pratica una **gestione delle risorse umane etica e attenta**, promuovendo l'equilibrio tra la vita lavorativa e quella privata, offrendo ai dipendenti strumenti di welfare e tutelando la loro **salute e sicurezza**.

Grazie a una ricca offerta formativa, i dipendenti di Fratelli Carli hanno accesso sia a **corsi di formazione su misura** e declinati in base alle necessità delle diverse funzioni, sia a corsi di formazione dedicati all'intera popolazione aziendale come quello sulla sostenibilità.

Al fine di garantire la migliore gestione possibile del personale, coniugando efficienze economiche ed *expertise*, alcune delle attività relative al personale, fra cui quelle retributive, sono affidate a un partner di terza parte. L'azienda ha da tempo implementato strumenti informativi tramite i quali garantisce un presidio continuo delle metriche che vengono annualmente monitorate.

**90%** dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato

Il 50% dei dipendenti è donna (+ 8% dal 2016).

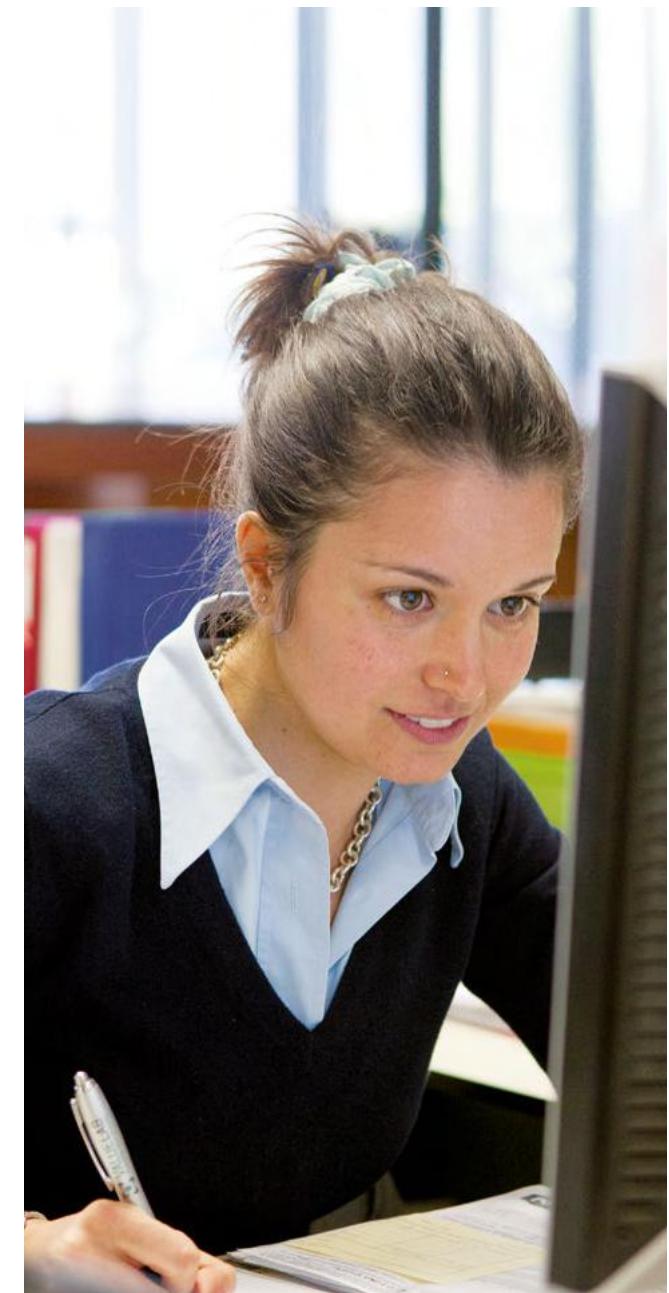
Si può notare come, nel corso del tempo, Fratelli Carli abbia raggiunto una perfetta parità di genere. Questo dimostra l'importanza che Fratelli Carli attribuisce anno dopo anno alla valorizzazione della presenza femminile all'interno dell'azienda.

Alla fine del 2022, il personale in forza presso Fratelli Carli era composto da 378 unità, di cui 374 dipendenti diretti e 4 lavoratori interinali, in linea con gli anni passati. Si può notare come, nel corso del tempo, **Fratelli Carli abbia raggiunto una perfetta parità di genere**. Questo dimostra l'importanza che Fratelli Carli attribuisce anno dopo anno alla valorizzazione della presenza femminile all'interno dell'azienda.

#### Dipendenti per genere (2022)

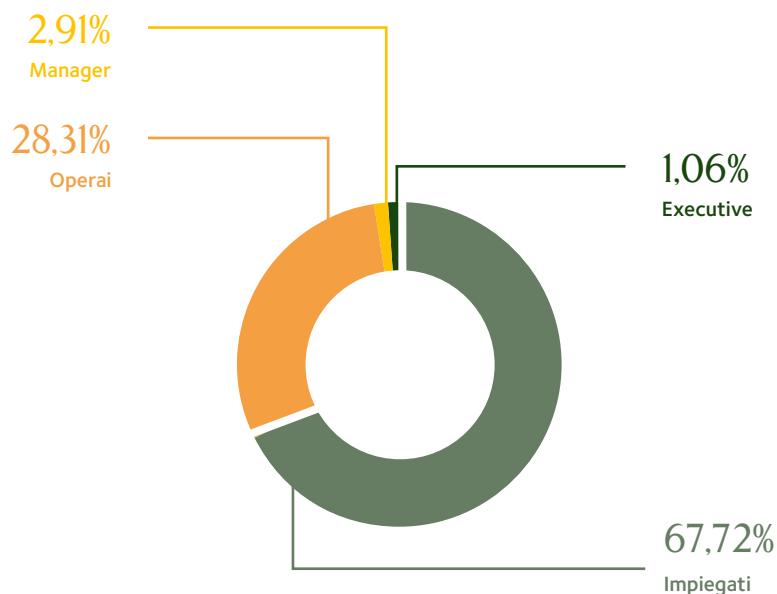


I principi di non discriminazione, pari opportunità ed eguale dignità e inclusione sono la base dell'approccio di Fratelli Carli alla diversità. Analizzando le caratteristiche contrattuali dei collaboratori di Fratelli Carli, si nota subito l'attenzione posta dall'azienda verso di loro: infatti, al 31 dicembre 2022 e in linea con l'anno precedente, **il 90% dei del personale era occupato a tempo indeterminato, mentre il 73% a tempo pieno**, rispetto al 69% dell'anno precedente.



Il grafico mostra come la maggior parte dei dipendenti di Fratelli Carli sia composto da impiegati ed operai, mentre i manager e i dirigenti aziendali rappresentano circa il 4% del totale della popolazione.

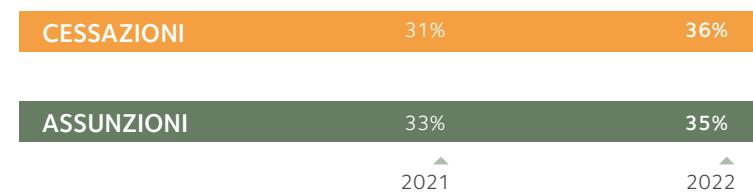
Dipendenti per categoria professionale (2022)



La relazione tra Fratelli Carli e i propri dipendenti si distingue per la fiducia reciproca e la durata, superando il semplice rapporto di lavoro, questo è evidente dalla loro lunga permanenza nell'azienda. Grazie a questa stabilità, il personale ha una base di competenze ben consolidate nella gestione delle operazioni quotidiane. È significativo notare che ben **135 dipendenti sono in azienda da oltre 20 anni**.

Per quanto riguarda il turnover, i tassi mostrano una tendenza simile a quelli degli anni precedenti. Le assunzioni sono influenzate sia dalle mansioni stagionali che dall'apertura di nuovi Empori, mentre le cessazioni sono principalmente legate alla scadenza naturale dei contratti a tempo determinato e degli stessi lavoratori stagionali. Si può notare che il trend delle nuove assunzioni sta portando a un continuo aumento della presenza femminile in azienda (+1% rispetto al 2021, +2,5% rispetto al 2020).

Turnover (tasso di assunzioni e cessazioni)



Il **35%** dei dipendenti è in azienda da oltre 20 anni

Il **41%** ha usufruito del welfare aziendale

## Dicono di noi

### Qualità della vita: un bisogno comune

Per il **sesto anno consecutivo**, Fratelli Carli ha mantenuto il suo impegno costante verso il benessere del suo personale attraverso il programma "**Liberi di... Welfare**". Questo piano, basato su flexible benefit, offre una gamma di servizi personalizzati per facilitare la vita quotidiana e migliorare il potere di acquisto dei dipendenti. Tra i benefici inclusi vi sono rimborsi spese per la cura e l'istruzione dei figli, assistenza ai familiari non autosufficienti, protocolli di prevenzione medica e check-up. Inoltre, possono essere generati voucher per prestazioni mediche, viaggi e centri benessere, oltre a buoni spesa spendibili presso i partner convenzionati sul territorio. L'azienda si impegna a garantire un'ampia e diversificata gamma di proposte di welfare, inclusa la stipula di convenzioni con strutture mediche, sportive e centri benessere nella città di Imperia. Nel 2022, quasi il 41% dei collaboratori ha usufruito dei servizi offerti, **con una percentuale di credito welfare convertito – e quindi speso – pari al 36%, rispetto al 2021 in cui era stato speso il 28%**. Per stimolare i collaboratori a usufruire dei servizi offerti, Fratelli Carli ha dedicato un'attenzione particolare alla comunicazione interna riguardante il funzionamento del welfare e dei servizi disponibili. È stata infatti distribuita a tutti coloro che sono stati assunti dopo il 2016 una guida esplicativa dettagliata per fornire tutte le informazioni necessarie.

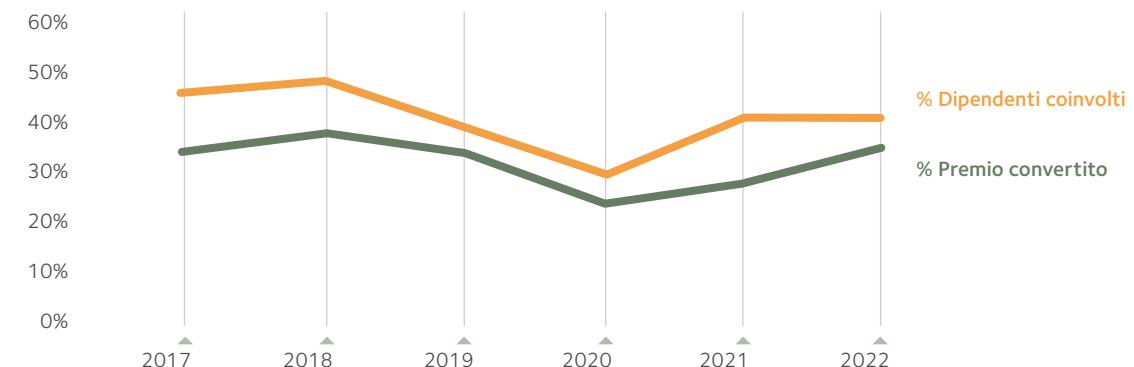
**“** Per noi di ANT sensibilizzare sui temi della prevenzione oncologica è una missione molto seria. Portando i nostri progetti di diagnosi precoce direttamente in azienda, come accade da anni con Fratelli Carli, possiamo fare la differenza a beneficio delle comunità aziendali e del territorio. In alleanza con le imprese portiamo la prevenzione alla portata di tutti, per identificare sul nascere eventuali segnali d'allarme e per diffondere la cultura del prendersi cura della propria salute.

**Raffaella Pannuti**  
Presidente Fondazione ANT

Fratelli Carli riconosce l'importanza di garantire la salute dei suoi dipendenti e di contribuire attivamente al benessere della comunità circostante. Da molti anni infatti offre ai propri dipendenti visite e analisi gratuite, collaborando con associazioni ed enti come la **FIDAS**, l'**Associazione Donatori Sangue Provincia di Imperia**, la **LILT Lega Italiana Lotta Tumori** sezione di Sanremo e l'**ANT Associazione Nazionale Tumori**.

Sin dal 2016, viene organizzata la "**Settimana della Prevenzione**", durante la quale vengono offerte gratuitamente visite di prevenzione direttamente sul luogo di lavoro. Nel 2022 le visite sono state organizzate in collaborazione con ANT Associazioni Nazionale Tumori che ha svolto in azienda oltre 100 visite di prevenzione oncologica gratuite per i dipendenti in azienda.

### Piattaforma Welfare Fratelli Carli



## Salute e sicurezza: una priorità assoluta

Nel 2012 l'azienda ha completato un percorso di implementazione di un modello di organizzazione aziendale teso ad adottare un **Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (SGSL)** conforme alle Linee guida UNI-INAIL. Il SGSL, implementato su base volontaria a dimostrazione dell'attenzione dell'azienda nei confronti degli aspetti di salute e sicurezza, prevede periodici audit interni e di terza parte finalizzati alla valutazione oggettiva sulla conformità, funzionalità ed efficacia del sistema adottato. Il Sistema di Gestione, attraverso un riesame periodico, permette a Fratelli Carli di monitorare costantemente le proprie performance in termini di salute e sicurezza sul lavoro, individuando via via eventuali carenze in un'ottica di miglioramento continuo.

In generale, le procedure che Fratelli Carli ha implementato per la gestione degli aspetti relativi alla salute e alla sicurezza dei propri dipendenti risultano conformi alla legislazione nazionale applicabile. Il monitoraggio e la supervisione sono affidati a differenti funzioni aziendali alle quali sono attribuite specifiche competenze e responsabilità – il cui aggiornamento è garantito da programmi formativi specifici.

Fratelli Carli, in una prospettiva di miglioramento continuo, si impegna a promuovere e sostenere tutte le azioni necessarie ai fini della prevenzione e protezione dei dipendenti.



Le procedure di valutazione dei rischi, ad esempio, sono condotte da *health and safety manager*, o equivalenti, di Fratelli Carli affiancati da un partner di terza parte specializzato: in conformità con le normative in vigore, vengono condotte ispezioni e consultazioni dei dipendenti al fine di identificare prontamente i rischi, portare a termine i dovuti *assessment* e proporre eventuali misure di mitigazione per prevenire futuri incidenti.

La stessa procedura si applica nel caso di infortuni sul lavoro, a seconda della gravità dell'evento. Il SGSL prevede anche una procedura per l'analisi di mancati incidenti e infortuni (cd. *near-miss*) a condizione che la segnalazione provenga dai dipendenti, che sono in ogni caso stimolati a partecipare attivamente e sono tutelati da qualunque rischio di ripercussione.

Il presidio che l'azienda garantisce nei confronti delle tematiche relative alla salute e sicurezza dei lavoratori, si è consolidato ulteriormente nel corso del biennio 2021-2022 raggiungendo un tasso di infortuni pari a zero.

I Rappresentati dei Lavoratori per la Sicurezza ricoprono un ruolo fondamentale che garantisce il collegamento funzionale a tutti i livelli della catena di gestione degli aspetti legati alla salute e alla sicurezza: hanno infatti l'accesso a tutti i documenti e vengono consultati in merito alla valutazione dei rischi e alle azioni preventive e protettive da intraprendere.

In conformità con gli obblighi di legge, e considerata l'organizzazione aziendale, sono stati nominati più medici competenti ed individuato tra di loro il medico coordinatore dello staff che è parte integrante delle pratiche e procedure di gestione della salute e sicurezza aziendale. Il medico competente collabora alla valutazione dei rischi e garantisce la riservatezza delle informazioni che dovessero emergere dalle visite periodiche con i dipendenti in ottemperanza alle norme di tutela della privacy. Le visite di idoneità condotte dal medico competente sono strutturate sulla base di un apposito protocollo sanitario tarato sulle diverse mansioni, un aspetto fondamentale per eliminare i rischi.

Nel 2022, Fratelli Carli ha consolidato la gestione dei temi relativi alla salute e sicurezza mediante l'integrazione del **Sistema di Gestione Ambientale (SGA)** e del Sistema di Gestione della Sicurezza in un unico **Sistema di Gestione Integrato (SGI)**.

Questi sistemi di gestione si basano sui requisiti definiti da standard riconosciuti a livello internazionale, assicurando un approccio coerente e conforme alle migliori pratiche in materia di salute, sicurezza e ambiente. L'integrazione dei due sistemi di gestione è stata il risultato di un'efficace collaborazione, nonché della condivisione delle competenze e delle conoscenze delle funzioni aziendali di riferimento. Grazie all'approccio integrato adottato, si è reso possibile mantenere un controllo capillare ed efficace su tali aspetti critici, consentendo al contempo di migliorare le performance aziendali.

Il presidio che l'azienda garantisce nei confronti delle tematiche relative alla salute e sicurezza dei lavoratori, si è consolidato ulteriormente nel corso del biennio 2021-2022 raggiungendo un tasso di infortuni pari a zero.

## FRATELLI CARLI E LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

L'attenzione e il rispetto per i diritti umani sono per Fratelli Carli un elemento imprescindibile nella conduzione quotidiana delle operazioni. Oltre al diritto alla salute e sicurezza dei propri dipendenti, Fratelli Carli si impegna al rispetto delle disposizioni internazionali in materia di diritti umani, a sostenere la libertà di associazione e a riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva, alla lotta contro il lavoro forzato e il lavoro minorile, all'eliminazione della discriminazione. A questo proposito, nel triennio di rendicontazione non si riscontrano casi di discriminazione.

## Crescita professionale

Fratelli Carli si impegna a fornire al proprio personale un ambiente di lavoro stimolante che offre concrete opportunità di crescita professionale e valorizza le competenze di ciascun individuo. Per raggiungere questo obiettivo, l'azienda implementa valutazioni personalizzate sui propri dipendenti, seguendo pratiche consolidate e perfezionate nel corso degli anni. Questo processo consente di riconoscere premi e promozioni e di identificare aree di miglioramento su cui concentrarsi. La creazione di sinergie tra i dipendenti a tutti i livelli dell'azienda consente di avere valutazioni affidabili e sempre aggiornate, contribuendo così a prendere decisioni che riconoscono le competenze e il valore di ciascun individuo.

Oltre a specifici percorsi di formazione tecnica, in linea con la formazione obbligatoria prevista dal D.Lgs. 81/08, Fratelli Carli, nel 2022, ha provveduto a strutturare ulteriormente il proprio piano formativo, prevedendo corsi di formazione specifici per le principali funzioni aziendali, che hanno coinvolto il team CRM, Retail, Amministrazione e Finanza, Customer Management e tutti i reparti di Mediterranea.

In continuità con il 2021 Fratelli Carli ha visto concretizzarsi un'offerta formativa di valore per le sue risorse in molteplici ambiti. In particolare, all'interno del Customer Care, nel solco della riorganizzazione



Oltre a specifici percorsi di formazione tecnica, in linea con la formazione obbligatoria prevista dal D.Lgs. 81/08, Fratelli Carli ha provveduto a strutturare ulteriormente il proprio piano formativo, prevedendo corsi di formazione specifici per le principali funzioni aziendali, che hanno coinvolto il team CRM, Retail, Amministrazione e Finanza, Customer Management e tutti i reparti di Mediterranea.

del reparto, sono stati forniti, oltre a competenze specifiche come quelle relative all’interazione con i clienti sui social, gli strumenti per **costruire e condividere una “Comunità di Pratiche”** lavorativa. All’interno di una “COP” le persone hanno un obiettivo comune e, condividendo interessi, competenze e impegno, si uniscono per applicare le conoscenze acquisite e raggiungerlo insieme.

Per far crescere ulteriormente la professionalità delle **risorse del canale Retail** è stato organizzato, in collaborazione con l’**SDA Bocconi**, un corso tailor made focalizzato sull’analisi delle competenze necessarie per **sviluppare e fidelizzare il legame con il cliente**.

A partire poi dalla seconda metà dell’anno tutti i referenti delle diverse funzioni aziendali sono stati coinvolti in una **formazione specifica sul framework degli OKR (Objectives and Key Results) con il quale, a partire dal 2023, verranno gestiti i progetti di innovazione di Fratelli Carli**.

Particolare attenzione hanno avuto anche la formazione rispetto ai rischi del phishing, la gestione delle emozioni nell’attività manageriale e il coaching sulle figure chiave dei vari reparti.

In linea con l’anno precedente, nel 2022 Fratelli Carli ha continuato ad **incrementare le ore di formazione** dedicate al proprio personale, raggiungendo un totale di **4.357 ore** rispetto alle 3.952 ore del 2021, in aumento del 10%.

L’azienda ha garantito piena conformità ai requisiti normativi in materia di formazione sulla salute e sicurezza, nonché gli aggiornamenti relativi alla formazione tecnica degli operatori di stabilimento e alla gestione dei dati e della privacy. Si evidenzia inoltre un **aumento delle ore di formazione dedicate ai temi della sostenibilità**, sempre più importanti per l’azienda, che ha visto un **incremento del 52%** rispetto al 2021.

In termini di ore medie di formazione, le donne hanno beneficiato di 14 ore ciascuna, mentre gli uomini hanno raggiunto una media di quasi 9 ore.

**4.357** ore di formazione per i dipendenti

## La comunità, il nostro mondo

Fratelli Carli dimostra il proprio impegno verso le comunità in cui opera attraverso un solido legame territoriale caratterizzato da qualità e durata nel tempo che si concretizza anche nella scelta di personale locale per ogni sito in cui opera. La relazione con il territorio si basa sull'ascolto e mostra una costante attenzione alle esigenze delle persone, supportando attivamente le diverse comunità grazie alla collaborazione con i lavoratori, gli agricoltori e tutti gli stakeholder dell'azienda.

La consapevolezza della responsabilità di Fratelli Carli verso il territorio si manifesta anche attraverso iniziative e attività che favoriscono il supporto e il sostegno delle comunità al fine di generare un impatto positivo per esse e mantenere una relazione di collaborazione e fiducia, rimanendo sempre un punto di riferimento.



Nel 2022, l'azienda ha confermato il proprio **impegno verso la comunità locale** attraverso **donazioni dei propri prodotti** a circa 40 associazioni, parrocchie ed enti benefici, per un totale di oltre 10 tonnellate di merce.

### Acqua WAMI. L'acqua con una missione



Per le sale di rappresentanza di tutta l'azienda e per i pranzi serviti nell'Emporio di Imperia, è stato scelto di utilizzare l'**Acqua WAMI**. WAMI è una B Corp che crea acquedotti nel mondo e si può contribuire alla sua missione semplicemente bevendo: ogni bottiglia WAMI dona, infatti, 100 litri

d'acqua a una comunità coinvolta nei suoi progetti idrici. Attraverso il QR code presente sull'etichetta, è possibile conoscere subito la famiglia alla quale è stata garantita l'acqua e scoprire di più sui paesi coinvolti. Grazie a questa collaborazione, nel corso del 2022, Fratelli Carli ha contribuito a **far arrivare 1.200.000 litri di acqua a comunità** che non avevano accesso a questa risorsa.

Inoltre, sempre in collaborazione con Wami, Fratelli Carli ha scelto di **compensare totalmente l'impronta idrica di tutti i suoi collaboratori nel giorno di Natale**, portando così alla famiglia Sanchez, nella comunità di Pillate in Ecuador, 150.000 litri di acqua.



**1.200.000** litri di acqua potabile garantiti a progetti idrici

## I clienti

### I regali di Natale ai figli dei dipendenti

Sono ormai molti anni che i **doni natalizi per i figli dei dipendenti** vengono scelti in modo che siano un **gesto di solidarietà**, oltre che un momento di felicità. Dal 2019 prosegue la **collaborazione con l’Ospedale Gaslini Onlus di Genova** che ha un valore particolare: **ogni dono acquistato nel Corner Gaslini arriva a due bambini contemporaneamente, portando, ad uno, la gioia di riceverlo e, all’altro, sostegno e solidarietà.**

A partire poi dal 2021 si è scelto di sostenere più di una associazione, guardando sempre soprattutto alle necessità dei bambini. I doni natalizi hanno così contribuito, quest’anno, alle attività della **Lega del Filo d’Oro**, della **Fondazione Dynamo Camp**, dell’**Associazione medici con l’Africa CUAMM**, della **Fondazione Francesca Rava** e di **Amref** (African Medical and Research Foundation).

Muovendo dall’aspirazione di essere una grande comunità di persone in cui si ascoltano, individuano e valorizzano le esigenze di ciascun individuo, Fratelli Carli **s’impegna quotidianamente a mantenere un contatto diretto con i propri clienti.**

Questo avviene attraverso il modello di distribuzione a domicilio, che da sempre caratterizza l’azienda, e attraverso i 20 negozi monomarca: due modalità di vendita che consentono a Fratelli Carli di instaurare una relazione **familiare con ogni cliente**. **L’attenzione** rivolta alle necessità e ai desideri dei clienti permette di soddisfare le loro esigenze ed entrare nelle loro case come **gli “amici di sempre”**. Da oltre un secolo, il team del Customer Care ha sviluppato un rapporto di fiducia basato sull’esperienza e sulla capacità di vivere lo “spirito” di Fratelli Carli, che oggi viene premiato anche dai più moderni sistemi di valutazione su web, come per esempio Trustpilot, dove l’azienda ha un giudizio “Eccellente” su tutti i mercati.

### Una relazione certificata

**La tutela della privacy e della sicurezza dei dati personali è una priorità fondamentale in tutte le attività dell’azienda.** Sin dal 2005 Fratelli Carli ha ottenuto la certificazione ISO 27001, garantendo ai clienti i massimi standard di sicurezza nel rispetto della riservatezza, dell’integrità e della disponibilità dei dati. Questa scelta riflette l’attenzione costante che l’azienda ha nei confronti del trattamento dei dati dei propri clienti. Da sempre, Fratelli Carli segue **regole e procedure rigorose che sono state prontamente adeguate alle disposizioni del GDPR**.

Inoltre, l’azienda può vantare il **sigillo Net-Comm** che identifica con rigore i siti di e-commerce che si distinguono per trasparenza, qualità e affidabilità per il consumatore, oltre al **Marchio di qualità per il commercio elettronico nel mondo**.

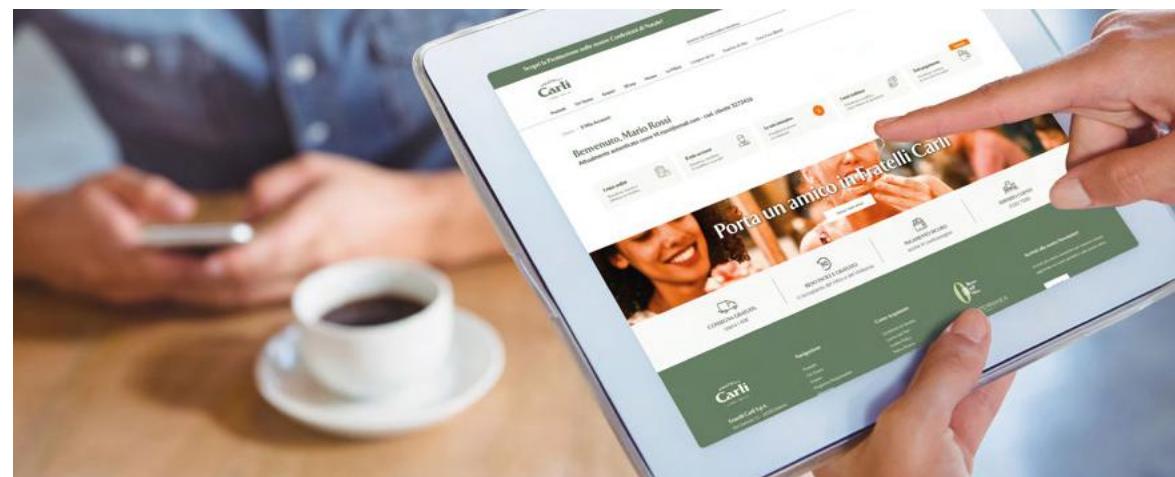


## Un'experience unica per i clienti

Otto siti web, caratterizzati da un design innovativo e basati su tecnologia totalmente **responsive**, rappresentano il portale attraverso il quale Fratelli Carli si presenta ai propri clienti in ciascun mercato in cui l'azienda opera. Questi rappresentano il tassello fondamentale di un più ampio processo di trasformazione intrapreso da Fratelli Carli, per creare una **brand experience capace di soddisfare tutte le esigenze della propria clientela** e, proprio in quest'ottica, è stato avviato lo studio per la riprogettazione di tutti i siti aziendali in modo che risultino ancora più innovativi e completi nel fornire servizi e contenuti. Un percorso che persegue l'obiettivo di integrare sempre più efficacemente i canali di contatto tradizionali e digitali, che vanno dal telefono al web, dalla mail alle chat e agli sms, fino agli Empori presenti sul territorio, per offrire un servizio al passo con i tempi mantenendo radicate le solide tradizioni dell'azienda. **Un cambiamento tecnologico e gestionale che ha coinvolto l'intera organizzazione aziendale** e che ha visto la nascita di una partnership con Salesforce per il sistema di CRM, che gestisce tutte le relazioni con i clienti.

Per migliorare ulteriormente il servizio, Fratelli Carli ha ampliato le opzioni di pagamento disponibili, integrando i sistemi di pagamento elettronico Apple Pay e Amazon Pay.

Fratelli Carli ha intrapreso un processo di trasformazione per creare una brand experience capace di soddisfare tutte le esigenze della propria clientela; un cambiamento tecnologico e gestionale che ha coinvolto l'intera organizzazione aziendale.



Tuttavia, Fratelli Carli è consapevole che l'evoluzione tecnologica non può prescindere dal rapporto privilegiato che ha caratterizzato le relazioni con i clienti nel corso degli anni. Uno degli elementi fondamentali dell'approccio aziendale è proprio la sapiente miscela di innovazione e tradizione che crea un connubio vincente di diversi elementi, conferendo forza all'azienda e creando un'esperienza unica per i clienti.

**54.874** le risposte date ai clienti via lettera, mail o chat

**60** addetti del team Customer Care



## Il Customer Care

Per i propri clienti, Fratelli Carli ha da sempre rappresentato una “grande famiglia” sia grazie al sistema di consegna a domicilio che attraverso un contatto diretto e quotidiano, basato su valori condivisi: **al telefono, via lettera, via mail e ora, grazie ai nuovi siti web, anche via chat.**

Ogni giorno **il team del Customer Care, che conta 60 addetti, è a disposizione dei clienti** per raccogliere gli ordini, rispondere alle richieste, predisporre al meglio la consegna o, nei rari casi in cui venga richiesto, effettuare una procedura di reso semplice, veloce e assicurata per ben 90 giorni. Viene così garantita un’esperienza di acquisto eccellente.

**Al Call Center la durata media delle telefonate è di circa tre minuti.** Oltre ai clienti che effettuano ordini rapidi, infatti, ce ne sono molti altri che chiamano per consigli o richieste di informazioni ad un’azienda che considerano parte della loro famiglia.

Per far sì che il livello di servizio e la capacità di rispondere a tutte le esigenze e le richieste dei clienti, qualunque sia il canale utilizzato o la nazione di provenienza, rimanga sempre di altissimo livello, **si è intrapreso un innovativo percorso di riorganizzazione e formazione del Customer Care che proseguirà nel corso del prossimo anno.**

## Il piano di e-mail marketing 2022

Data la forte fidelizzazione della base clienti, Fratelli Carli si relaziona con consumatori “tradizionali” che apprezzano il contatto cartaceo, ma anche con consumatori “moderni” e digitali. **Per rispondere alle esigenze dei clienti anche in termini di canale di contatto e relazione, Fratelli Carli affianca all’invio dei listini cartacei un piano di e-mail marketing** con obiettivi di vendita e di conoscenza del brand.

A partire dal 2021 Fratelli Carli ha aggiunto al suo piano di e-mail marketing anche **l’invio mensile di una comunicazione incentrata sulle tematiche di sostenibilità**, con un piano editoriale dedicato in modo da aggiornare il cliente sull’impegno aziendale, ma anche portarlo a riflettere sull’importanza di un approccio sostenibile alle proprie attività.

Inoltre, durante il corso del 2022 è stato avviato un **progetto pilota** di e-mail marketing sul territorio tedesco e sul territorio italiano con l’obiettivo **di sostituire progressivamente la comunicazione cartacea con una modalità prevalentemente digitale**. L’elaborazione del piano si pone altresì l’obiettivo di ampliare i canali di comunicazione con i clienti, puntando su un coinvolgimento più diretto e costante: sia l’e-mail marketing sia i listini cartacei **indirizzano i clienti a visitare i siti web che permettono di raccontare la sostenibilità in maniera più ampia e coinvolgente dei singoli mezzi di contatto.**



# Prodotti e Materiali

L'altissima qualità  
è la nostra unica scelta,  
da sempre





Abbiamo intrapreso un percorso virtuoso che ci porta ad analizzare e migliorare la sostenibilità di ogni fase di vita dei nostri prodotti: dalla coltivazione delle materie prime, alla produzione, dal pack al consumo finale. Solo così possiamo offrire sempre il meglio per i nostri clienti di oggi e per quelli di domani.

Alessandro Anemone  
Responsabile Ufficio  
Acquisti

Luca Ramella  
Responsabile  
Ufficio Acquisti  
Mediterranea

Marta Gorlero  
Responsabile  
Marketing e Sviluppo  
Prodotto Alimentare

Marcello Porro  
Responsabile  
Confezionamento e  
Magazzini

”



## Risultati 2022



- ✓ Sostituito il glassine con PET riciclabile nel supporto tecnico delle etichette
- ✓ Adottati riempitivi in **plastica 100% riciclata** per le spedizioni estere
- ✓ Adottate vaschette in **plastica riciclata al 90%** per la **linea forno**
- ✓ Finalizzati gli shopper per gli Empori realizzati con i noccioli delle olive risultanti dalla produzione dell'olio

## Obiettivi 2022-2025

- Riprogettare in ottica di sostenibilità il pack primario e secondario dei nostri prodotti
- Incrementare la percentuale di specialità alimentari con Certificazioni di sostenibilità e/o prodotte da aziende Certificate B Corp o Società Benefit
- Rendere sempre più accessibile per i clienti le informazioni sulla tracciabilità dei prodotti
- Ripensare gli shopper di tutti gli Empori in ottica sostenibile



- ✓ Svolta analisi LCA per le scatole vecchie e le scatole nuove delle specialità in vaso
- ✓ **Riprogettato il packaging logistico** di alcuni degli omaggi commerciali che prevedeva l'uso della plastica

- Svolgere un'analisi LCA per almeno il 10% del pack secondario
- Mediterranea: sviluppare nuove linee di cosmetici sempre più sostenibili
- Ripensare gli omaggi per i clienti in ottica di sostenibilità



- ✓ Raggiunto il **48%** delle **linee di prodotto** analizzate con l'**SCLA**
- ✓ Completato il progetto **"Scatole sostenibili"** per le specialità in vaso e iniziato lo stesso progetto sulle altre specialità alimentari

- Portare al 50% le linee di prodotti analizzati con l'SCLA
- Svolgere un'analisi LCA per almeno il 50% dei prodotti
- Completare il progetto "Scatole sostenibili per le specialità alimentari"

## Highlights 2022

**40%**

il **fatturato delle specialità alimentari con certificazioni ambientali** e/o prodotte da aziende **Certificate B Corp e/o Società Benefit**, sul totale del fatturato di vendita da fornitori di prodotto finito

**7.078**

le **analisi svolte su** tutti i nostri **prodotti**

**5.704**

le **analisi** di prodotto **svolte dal** nostro **Laboratorio interno**

**13**

i **nuovi lanci** nelle gamme Fratelli Carli alimentare

**48%**

delle linee di prodotti (pari all' 80% del fatturato) sottoposte **all'analisi di sostenibilità del ciclo di vita (LCA/SLCA)**

**99,86%**

di **cartone FSC** per i pack di tutti i nostri prodotti

**1,14%**

il **peso della plastica** sul totale del peso di tutti i **materiali di processo** e di **packaging** acquistati

PRODOTTI

MATERIALI



# Solo prodotti di altissima qualità



Fratelli Carli ripone la massima attenzione **sulla qualità dei suoi prodotti e sulla loro sicurezza**. L'azienda si impegna costantemente a garantire elevati standard di qualità in tutte le fasi del processo, dalla selezione delle materie prime, passando per la produzione e la distribuzione, fino ad arrivare negli Empori e nelle case dei clienti.

## Sicurezza, qualità e comunicazione: garanzia di successo

Per rispettare gli standard prefissati, Fratelli Carli segue un rigoroso **programma di garanzia della qualità**, adeguatamente documentato. Oltre alle opportune e regolamentate **verifiche interne**, l'azienda dispone anche di un **laboratorio** dove vengono condotte analisi chimico-fisiche specifiche sull'olio di oliva prodotto e acquistato, garantendo così la presenza del **Certificato di Garanzia** per ogni confezione di Olio Carli. Nel Certificato sono dettagliati tutti i parametri chimico-fisici e organolettici: una vera e propria carta di identità della singola bottiglia di olio. I clienti possono ritrovare anche sul sito le stesse informazioni, comprese quelle sulla tracciabilità degli oli, attraverso il lotto stampato sulla confezione. La tracciabilità è parte integrante del sistema di gestione della qualità – un impegno concreto e costante verso i clienti: in questo modo, ciascuno può conoscere in maniera semplice e veloce informazioni chiave come la data di confezionamento, l'origine dell'olio e le sue caratteristiche organolettiche.

Fratelli Carli nel suo **sistema di gestione per la sicurezza alimentare** rispetta i principi del Codex Alimentarius e del Regolamento CE 852/2004, effettuando un'**analisi approfondita dei pericoli e dei rischi connessi**, definendo quali pericoli (fra chimici, fisici e microbiologici) possono essere rilevanti per le diverse tipologie di prodotto.

La sicurezza per i clienti è una priorità fondamentale per l'azienda che viene presa in considerazione sin dalla **selezione delle materie prime**, individuate secondo criteri di elevata sicurezza e qualità. Fratelli Carli mantiene relazioni stabili con i fornitori di fiducia, con i quali collabora per garantire gli elevati standard di qualità attraverso costanti controlli in conformità con i requisiti di legge e con i propri standard interni.

**7.078** analisi svolte dal laboratorio interno

La sicurezza per i clienti è una priorità fondamentale per l'azienda che viene presa in considerazione sin dalla selezione delle materie prime, individuate secondo criteri di elevata sicurezza e qualità.

Oltre a garantire la sicurezza delle materie prime, Fratelli Carli si impegna a tutelare la qualità e la sicurezza di tutti i processi produttivi fino ai consumatori finali. Nel triennio 2020-2022, non è stato segnalato alcun episodio che abbia generato un impatto negativo sulla salute dei consumatori associati ai prodotti dell'azienda.

Accanto alla garanzia di un prodotto di eccellenza, Fratelli Carli promuove lo sviluppo di una comunicazione responsabile, capace di fornire ai propri clienti le giuste informazioni in etichetta, non solo per conformità alla normativa, ma anche per promuovere scelte consapevoli di consumo con informazioni nutrizionali chiare e trasparenti. Nel triennio 2020-2022 non sono stati riscontrati casi di non conformità con normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di marketing ed etichettatura relative ai prodotti dell'azienda.

## RICETTE CORTE: SICUREZZA, QUALITÀ, GENUINITÀ E NATURALITÀ



**ricetta corta**

Da sempre le ricette Fratelli Carli sono semplici e genuine, come fatte in casa. Pochi ingredienti, esclusivamente naturali e di altissima qualità, a partire dall'Olio Carli che le rende uniche. Tutti i prodotti vengono sviluppati con cura e racchiudono in sé la storia dell'azienda: tradizione mediterranea, altissima qualità senza compromessi, attenzione alle persone e all'ambiente.

Le Certificazioni MSC, Dolphin Safe, SQNPI Sistema Nazionale Qualità Produzione Integrata, oltre alla gamma BIO, nata per rispondere alla specifica domanda di una parte di clienti particolarmente sensibile a questa tematica, attestano questa grande attenzione.



**0%  
AROMI**



**100%  
NATURALE**



**senza glutine**

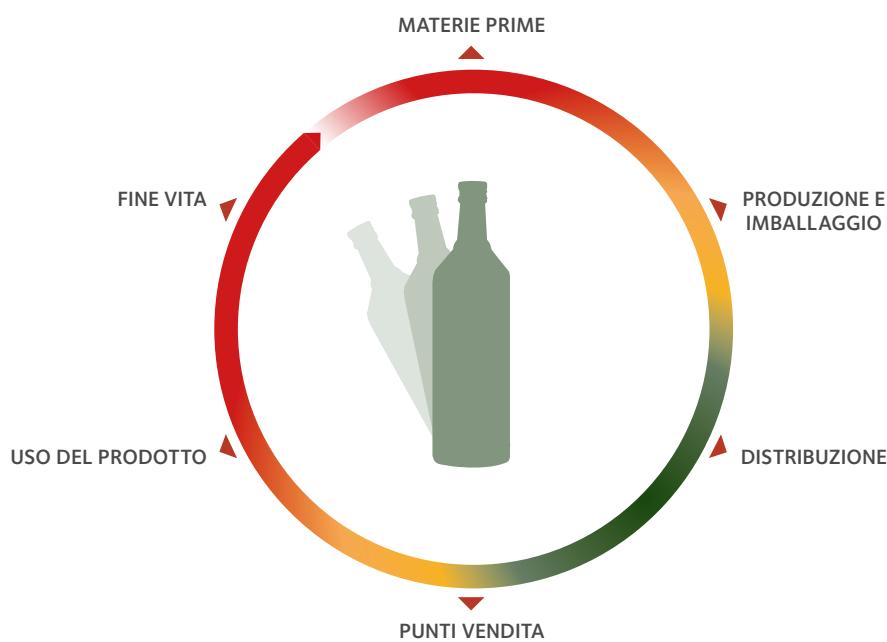


Il rapporto diretto e personale con tutti i fornitori, selezionati attentamente e coinvolti pienamente nel percorso di sostenibilità dell'azienda, permette di condividere con tutta la supply chain i medesimi valori. Ad oggi già due tra i più importanti fornitori di specialità alimentari hanno ottenuto la Certificazione B Corp.

## Analisi SLCA, conoscere per migliorare: un impegno condiviso

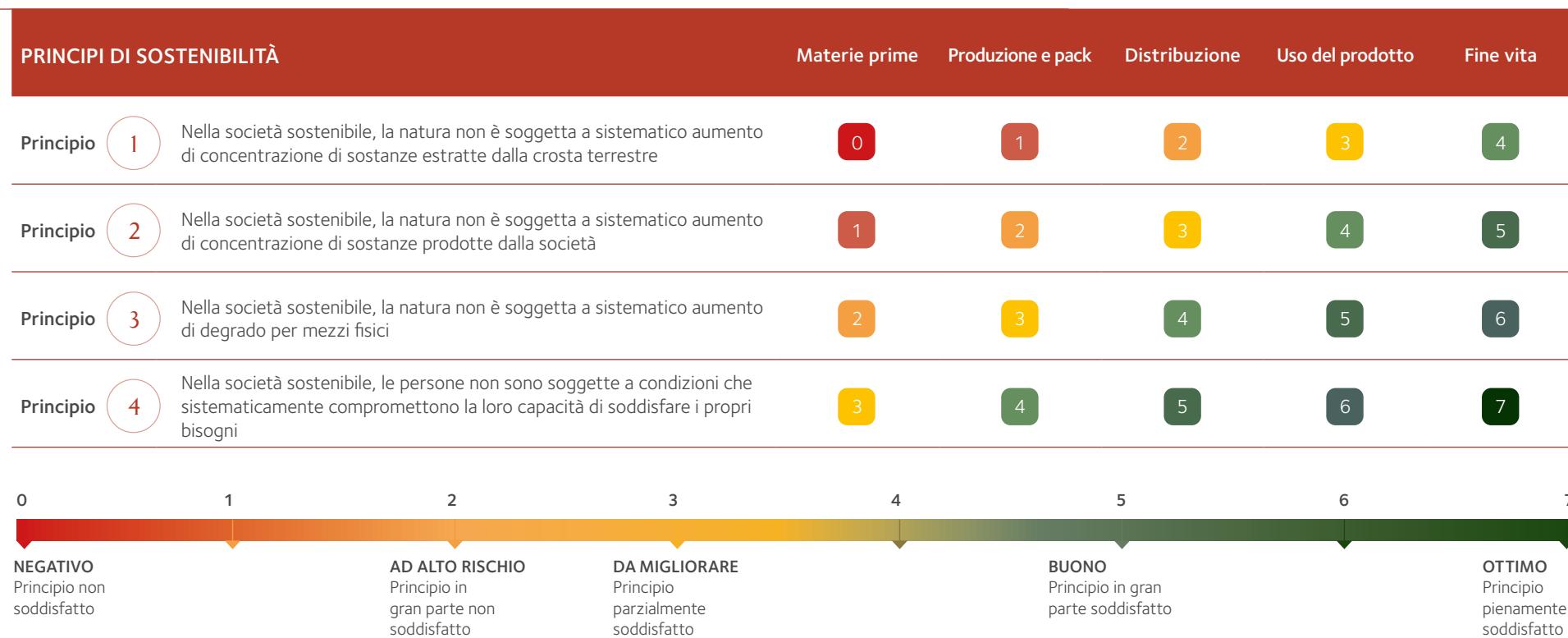
L'azienda utilizza l'analisi SLCA (Sustainable Life Cycle Assessment), una metodologia di analisi fondata su decenni di ricerca scientifica, che consente di valutare il profilo di sostenibilità di un prodotto lungo il suo intero ciclo di vita: dall'approvvigionamento delle materie prime fino al consumo, attraverso il processo produttivo, la distribuzione, l'uso e il fine vita.

L'SLCA permette di identificare gli **impatti positivi o negativi rispetto ai principi di sostenibilità**, coinvolgendo attivamente tutti gli attori della catena del valore dell'azienda. La matrice risultante come output consente di identificare gli ambiti di miglioramento che vengono intercettati nelle successive analisi annuali.



A partire dal 2012, l'analisi SLCA viene regolarmente condotta per monitorare l'evoluzione conseguente agli interventi migliorativi in tema di sostenibilità. Nel 2022 è stata ulteriormente incrementata la percentuale di prodotti analizzati, equivalente al 48% di tutte le linee di prodotto, rispetto al 39% dell'anno precedente, e corrispondente all'80% del totale del fatturato.

## Analisi del ciclo di vita per l' 80% del fatturato dei prodotti



## Analisi LCA dei nostri prodotti

Per acquisire una completa consapevolezza del proprio rapporto con l'ambiente è fondamentale, per un'azienda che vende beni di consumo, conoscere l'impatto che i propri prodotti hanno sull'ecosistema. Ciò equivale a comprenderne le implicazioni lungo l'intera catena del valore facendo affidamento su metodologie rigorose che permettano di identificare con precisione le esternalità negative.

Per questa ragione, Fratelli Carli ha svolto delle **analisi sul ciclo di vita (LCA)** degli Oli di Oliva Extra Vergini (in bottiglia), dell'Olio di Oliva (in bottiglia e in lattina) e del Tonno Bianco (in latta).

L'Analisi del Ciclo di Vita, nota anche come *Life Cycle Assessment (LCA)*, consente di quantificare i potenziali impatti ambientali associati a un prodotto a partire dalle materie prime e fino al suo fine vita, consentendo di identificarne gli ambiti maggiormente impattanti.

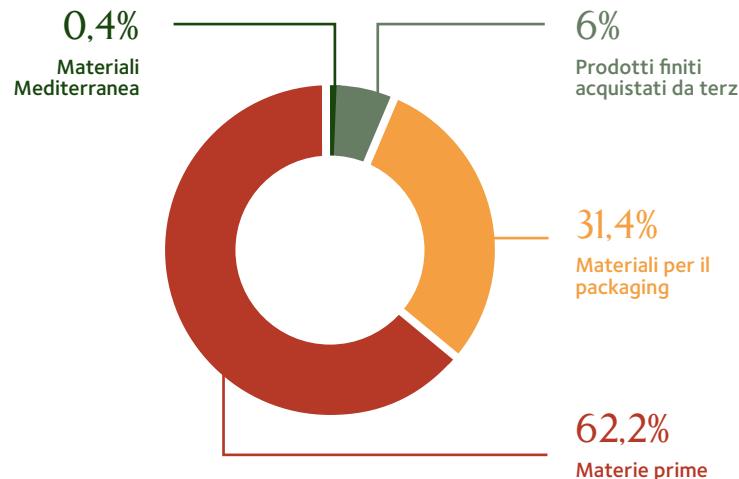
Guardando alla sola impronta carbonica dei prodotti (una delle aree di impatto presa in esame nel LCA), la maggior parte della CO<sub>2</sub> (il 78% per l'Olio e il 93% per il Tonno) si concentra nelle fasi di produzione *upstream* (rispettivamente, la coltivazione e la pesca, insieme alle lavorazioni), prima che la materia prima venga affidata a Fratelli Carli.

**Utilizzo di carta e cartone proveniente da foreste gestite in modo responsabile.**

**99,86%** il cartone certificato FSC  
in tutti i nostri pack

**62,2%** materie prime alimentari

**Materiali / Prodotti in peso - 2022**



In linea con lo scorso anno, nel 2022 il peso di materiali/prodotti consumati è relativo per la maggior parte a **materie prime alimentari** (62,2%), la cui quasi totalità è relativa all'**olio di oliva** (91%).

La quantità di materie acquistate per il packaging è pari al 31,4%, mentre i prodotti finiti acquistati dall'azienda sono pari al 6% del totale dei materiali/prodotti acquisiti. I materiali Mediterranea, infine, si attestano sotto l'1%.



## Materiali: riciclabili, biodegradabili, rinnovabili

Fratelli Carli ha avviato da diversi anni, insieme a tutta la sua catena di fornitura, un processo di analisi del packaging usato per il confezionamento dei prodotti per diminuirne progressivamente la quantità, a parità di prestazioni, ed incrementare l'utilizzo di materiali maggiormente sostenibili.

Le tipologie di materiali utilizzati dall'azienda per i propri pack sono principalmente carta, cartone, vetro, alluminio, acciaio e plastica.

L'azienda ha scelto, ormai da tempo, di appoggiarsi, per l'approvigionamento di carta e cartone, a filiere certificate secondo lo standard FSC che assicura una gestione responsabile delle foreste. Nel corso del 2022, inoltre, è stato completato il processo di rinnovamento delle confezioni per le proprie specialità "in vaso" iniziato l'anno precedente. Questi pack sono stati completamente riprogettati, utilizzando per tutti i prodotti il cartone avana e ripensando profondamente le grafiche al fine di ridurre e semplificare l'utilizzo degli inchiostri. Tale iniziativa è stata implementata con l'obiettivo di creare soluzioni a minor impatto ambientale.

**1,14%**

il peso della plastica sul totale del peso di tutti i materiali di processo e di packaging acquistati

**-40%**

l'impatto ambientale delle nuove scatole delle specialità in vaso

## LA SOSTENIBILITÀ DELLE NOSTRE SCATOLE DI CONSEGNA PER LE SPECIALITÀ ALIMENTARI IN VASO

Per valutare la riduzione dell'impatto del nuovo pack delle specialità "in vaso" è stata svolta un'analisi **Life Cycle Assessment** (LCA) che consentisse di mettere a confronto gli indici di sostenibilità delle scatole vecchie e di quelle nuove.

L'assessment, nello specifico, ha valutato le differenze sia per quanto riguarda gli inchiostri di stampa, applicati con tecnologia di stampa offset in policromia a 5 colori sulle scatole vecchie e con tecnologia flexo ad un solo colore sulle nuove scatole Avana, sia il peso e le rese del cartone impiegato nelle due tipologie di confezioni.

L'analisi LCA ha così mappato 6 categorie di impatto ambientale:

- il cambiamento climatico (kg CO<sub>2</sub>e);
- la riduzione dello strato di ozono (mg CFC-11-Eq);
- la formazione di smog fotochimico (kg NMVOC-Eq);
- l'acidificazione (kg SO<sub>2</sub>e);
- l'eutrofizzazione – acqua dolce (kg PO<sub>4</sub>e);
- l'esaurimento della risorsa idrica (m<sup>3</sup> -Eq).

Rispetto alle vecchie confezioni, la scatola Avana permette di **ridurre mediamente gli impatti ambientali** di circa il 40%\* lungo tutte le sei categorie prese in esame.

Approfondendo la dimensione di cambiamento climatico, è possibile stimare che il risparmio in termini emissivi dell'utilizzo delle nuove scatole Avana, considerando i volumi di produzione annuali, abbia consentito di evitare nel 2022 l'emissione di circa **109 t CO<sub>2</sub>e**.\*\*



\* I confini del sistema di analisi non includono l'utilizzo del prodotto e la distribuzione a valle. Il prodotto, infatti, in fase di utilizzo non è associato a particolari impatti ambientali. La fase di distribuzione del prodotto a valle, al momento non è inclusa, verrà integrata non appena il dato sarà disponibile.

\*\* La stima ha preso in considerazione il volume di scatole utilizzate durante il 2022. L'analisi LCA comparativa ha riguardato le sole scatole 2x314: per stimare le emissioni evitate, è stato assimilato l'impatto identificato dal LCA a tutte le tipologie di scatole acquistate a prescindere dalla categoria.

L'attenzione e l'impegno alla diminuzione della plastica acquistata per i processi e il packaging di prodotto e alla sostituzione di quella rimanente con materiale riciclato, ha prodotto negli ultimi anni risultati considerevoli: ad oggi, infatti, sul totale del peso di tutti i materiali acquistati dall'azienda, la plastica incide solo per l'1,14%.

Un risultato di valore rafforzato ulteriormente nel 2022 con l'**adozione di plastica riciclata al 100% per tutti i riempitivi delle spedizioni estere e il passaggio, per tutte le vaschette delle linea bakery, ad una plastica PET riciclata al 90%**: due interventi che hanno permesso un **risparmio di materia prima vergine di oltre 3 tonnellate**.

Si è intervenuti anche sui materiali logistici e di processo riuscendo da una parte ad **eliminare la plastica dagli imballi di alcuni omaggi commerciali**, sostituendola totalmente con separatori in carta e, dall'altra a **reingegnerizzare il supporto tecnico delle etichette dei prodotti in vaso**, permettendo di eliminare completamente la pellicola di sostegno in **glassine**, materiale non differenziabile che richiede un complesso processo di smaltimento, con un supporto in plastica 100% riciclabile.

Un grande successo è stato poi raggiunto con la messa in produzione dei **nuovi shopper per tutti gli Empori** che, da quest'anno, vengono prodotti con l'aggiunta nell'impasto di una percentuale di noccioli di olive che provengono dalla lavorazione dell'olio.

Oltre **3** tonnellate di materie plastiche vergini risparmiate

**90%** plastica PET riciclata per le vaschette delle linea bakery

## I nuovi shopper per gli Empori riutilizzano i noccioli delle olive

Perseguendo lo scopo di rendere i materiali sempre meno impattanti, l'azienda ha raggiunto nel corso del 2022 un risultato innovativo e importante: produrre tutti gli shopper in uso nei propri negozi con i noccioli delle olive che derivano dal processo produttivo del proprio olio.

In questo modo uno scarto di produzione è trasformato in preziosa materia prima: i noccioli, infatti, ridotti in polvere e aggiunti all'impasto di cellulosa e acqua, permettono di realizzare la carta 100% riciclabile, compostabile, biodegradabile che caratterizza ora tutti gli shopper degli Empori Fratelli Carli.

### Dicono di noi

**“** Se già myCordenons realizza carte utilizzando varie tipologie di materiali e fibre derivati, qui per la prima volta i noccioli delle olive entrano nel ciclo produttivo. MyFlora-Up Olivestone, la nuova carta per le shopper di Fratelli Carli, è un progetto innovativo, chiaro esempio di economia circolare in chiave di upcycling, studiata dal reparto R&D di Fedrigoni Group per assicurare le migliori caratteristiche di robustezza, estetica e flessibilità. Una carta capace di richiamare il forte legame con la natura e l'attenzione all'impatto ambientale, che per Fedrigoni sono delle priorità, così come per Fratelli Carli.

## La certificazione Cradle to Cradle

Nel Centro Stampa dell'azienda, gli inchiostri – tutti a base vegetale – utilizzati per preparare gli oltre 10 milioni di stampati che annualmente sono destinati ai clienti, sono certificati Cradle to Cradle (dalla culla alla culla). Tale standard fornisce ai produttori un sistema di rating che permette di realizzare prodotti in grado di migliorare la qualità della vita e dell'ambiente.

Questi vengono valutati rispetto a molteplici aspetti che impattano sulla salute dell'uomo e dell'ambiente: qualità e sostenibilità dei materiali, riutilizzo, energia ed emissioni, risorse idriche ed equità sociale. A partire dal 2021 anche la maggior parte delle bottiglie in vetro degli oli si possono fregiare della medesima certificazione.

**Micaela Di Trana**

Marketing & R&D Director di Fedrigoni Group



## LA SOSTENIBILITÀ DEGLI EMPORI CARLI

Fratelli Carli si impegna in un percorso di **ripensamento e ristrutturazione degli Empori**, finalizzato alla sostituzione di materiali tradizionali con materiali **ecosostenibili**, in linea con i più innovativi sviluppi della **bioedilizia**.

Una scelta strategica, iniziata con la ristrutturazione dell'Emporio di Alba e proseguita nel 2022 con gli Empori di Vicenza e Treviso, ma che verrà applicata gradualmente a tutti gli Empori, orientata alla riduzione dell'impatto ambientale dei punti vendita. Gli interventi, nello specifico, hanno riguardato la sostituzione delle pitture da interno e dei materiali di arredo, privilegiando legno e ferro. Fratelli Carli, supportata da uno studio di architettura specializzato, ha infatti condotto un'analisi incentrata sul confronto tra materiali con stesso uso ma caratteristiche diverse, prendendo in considerazione diversi parametri (l'impiego di energia da fonti rinnovabili, le emissioni complessive di CO<sub>2</sub>, il potenziale di acidificazione del terreno e delle acque e il consumo di risorse idriche). L'esito dello studio ha confermato la **riduzione dell'impatto ambientale associato alla scelta di materiali eco-compatibili in termini di riduzione delle emissioni e del consumo di risorse** ed evidenziato alcuni ulteriori ambiti di miglioramento, che guideranno le azioni future dell'azienda verso un impiego sempre maggiore di materiali ecosostenibili.

In linea con questi sviluppi, Fratelli Carli ha adottato diverse iniziative verso una **progressiva dematerializzazione della comunicazione degli Empori**, come, ad esempio, la sostituzione dei cartelloni all'interno delle vetrine con monitor digitali e la sostituzione dei cartellini porta prezzi in plastica con quelli in PLA biodegradabile. Queste iniziative testimoniano l'impegno costante di Fratelli Carli nell'adottare soluzioni sostenibili e responsabili nella conduzione del business.



# Filiera di fornitura

Da sempre scegliamo  
attentamente e conosciamo  
di persona i nostri fornitori



---

Una relazione di valore consolidata negli anni, è quella che ci lega ai nostri fornitori, e che ci ha consentito di essere punto di riferimento per l'eccellenza dei nostri prodotti. Siamo consapevoli che senza il loro aiuto il nostro impegno per la sostenibilità e la qualità totale non avrebbero futuro. Per questo abbiamo avviato il progetto dei Distretti e dei Codici Fratelli Carli: strumenti fondamentali per condividere un percorso fatto di valori comuni e, soprattutto, di azioni concrete.

Marta Gorlero  
Responsabile Marketing  
e Sviluppo Prodotto  
Alimentare

Gino De Andris  
Responsabile  
Controllo Qualità

Alessandro Anemone  
Responsabile Ufficio  
Acquisti

”



## Risultati 2022



✓ Aggiornati oltre **60 SLCA** per la valutazione di sostenibilità dei prodotti e dei materiali



✓ **42,8%** la percentuale di fornitori coinvolti nei **Codici dell'Olivo, di Bontà e della Bellezza** sul budget totale di approvvigionamento

✓ Completato il primo step di formazione **"Progetto Trasporto Responsabile"** per il Distretto dei Trasporti

✓ Definito il **disciplinare Lifemax** in collaborazione con i produttori partner e BASF

## Obiettivi 2022-2025

- Trasformare i Distretti di Bontà e della Bellezza in Distretti "Benefit"
- Raggiungere, con tutta la supply chain, gli obiettivi dei nuovi Codici, utilizzando gli strumenti condivisi ed incrementando il numero dei fornitori coinvolti
- Aggiornare il Codice dei Trasporti
- Aggiornare il Codice dell'Olivo

- Portare all'80% il numero di fornitori coinvolti nei Codici e valutati secondo criteri ambientali e sociali
- Coinvolgere il Distretto dei trasporti sul progetto "Carbon Neutrality".
- Progetto "Oliveto sostenibile" per la creazione di un disciplinare delle pratiche di coltivazione sostenibile dell'olivo.

## Highlights 2022

### FILIERA DI FORNITURA

**42,8%**

i **fornitori** coinvolti nei **Codici dell'Olivo, di Bontà, della Bellezza e dei Trasporti** sul totale dei fornitori

**77%**

la quota del **budget totale di approvvigionamento** speso sui **fornitori locali** situati in Italia

**4**

i **Codici di Sostenibilità** condivisi con i nostri fornitori di materiali, prodotti finiti, olive, olio e logistica

**+60**

le **analisi di sostenibilità del ciclo di vita (SLCA)** completate a quattro mani con i fornitori

**7**

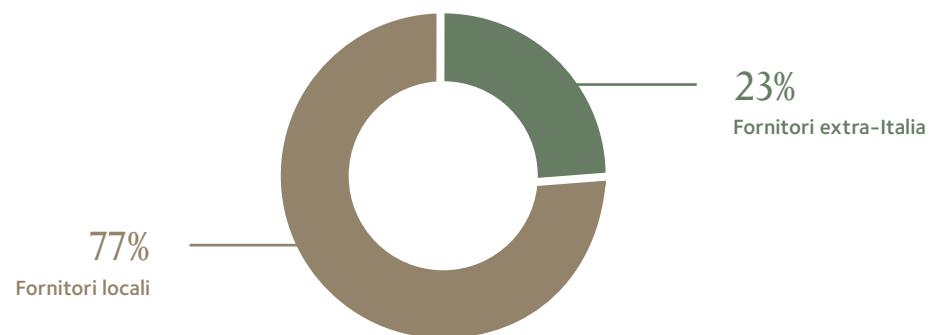
i **fornitori Certificati B Corp o Società Benefit** nella nostra catena di fornitura



# La nostra filiera e il valore del territorio

Fratelli Carli dimostra una predilezione per i **fornitori locali situati nel territorio nazionale italiano**, con il **77% del budget** di approvvigionamento a loro allocata.

Proporzione di spesa verso fornitori locali (2022)



Una delle caratteristiche distintive di Fratelli Carli riguarda la sua catena di approvvigionamento. Per condurre le proprie attività, l'azienda può contare su una **solida rete di fornitori** che nel tempo ha subito cambiamenti poco significativi, indice di una relazione robusta e mantenuta nel corso del tempo.

Fratelli Carli è **consapevole di quanto sia importante instaurare un rapporto di fiducia e di coinvolgimento attivo e diretto con i fornitori** nella realizzazione di prodotti e politiche aziendali, che puntino a integrare aspetti di sostenibilità in ogni singola fase del processo.

Per questo motivo, a partire dal 2012, l'azienda ha individuato **quattro Distretti di fornitori per ciascuno dei quali ha stilato uno specifico "Codice"**, che prevede l'individuazione di valori e principi condivisi che sottendono ad obiettivi ed iniziative concrete.

Nel corso dell'anno, tutti i fornitori sono stati coinvolti nelle specifiche attività dei propri Codici che guardano agli obiettivi di Distretto e ai **KPI di monitoraggio**.

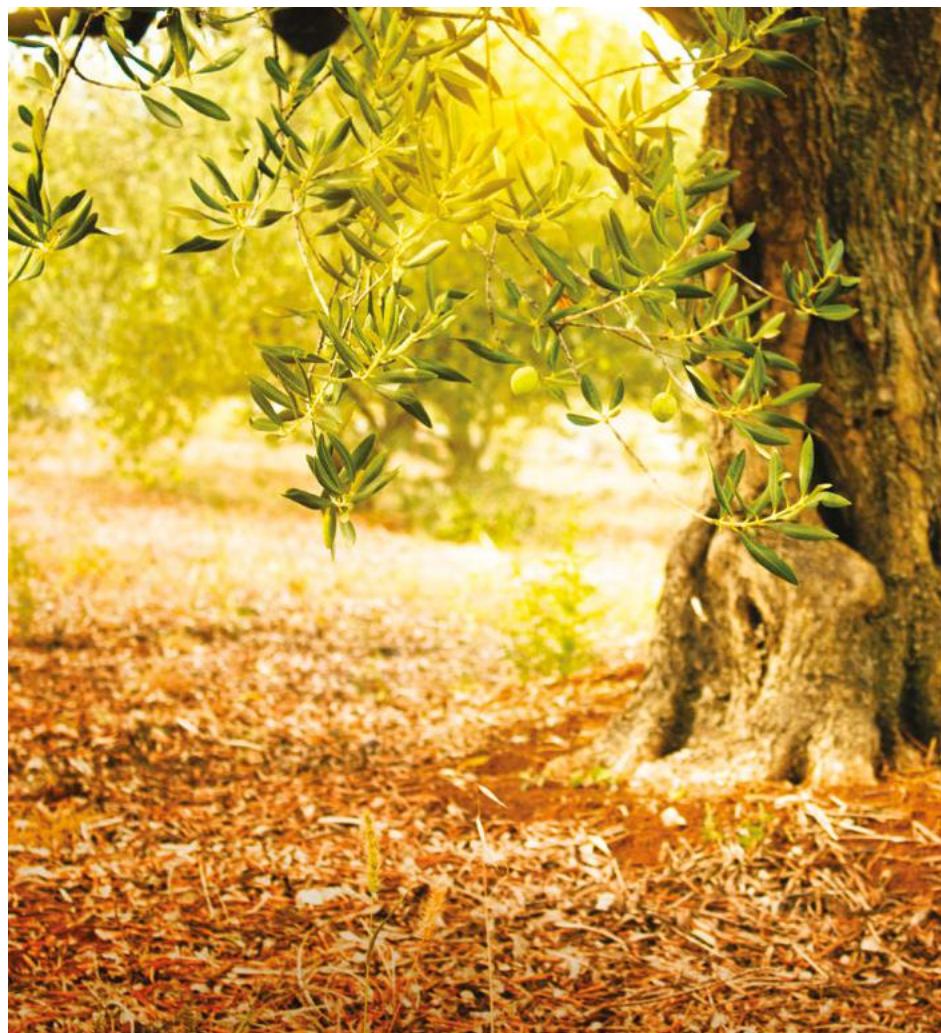
## Dicono di noi

**“** Per l'azienda olearia Molon Lave e per tutto il suo gruppo di produttori olivicoli la sostenibilità non è solo una scelta, ma è una necessità assoluta. Le collaborazioni internazionali, come quella con BASF e Fratelli Carli, leader nel settore, ci forniscono forza e ispirazione.

**Giannis Manikis**  
CEO di MOLON LAVE SA

**4** i Codici condivisi con i fornitori per raggiungere insieme obiettivi di innovazione sostenibile

**200** i fornitori di olive e olio di oliva coinvolti nel Codice dell'Olivo



### Il Distretto dell'Olivo - il Codice dell'Olivo

Il Codice dell'Olivo **coinvolge oltre 200 fornitori di olive e olio di oliva** provenienti dalle aree più vocate del Mediterraneo (Grecia, Spagna, Italia), accuratamente selezionati per la qualità e l'eccellenza del loro prodotto ma anche per l'attenzione alla sostenibilità nel ciclo produttivo. Un percorso che prevede un impegno comune per l'applicazione e il controllo delle pratiche di sostenibilità nelle fasi di coltivazione e produzione.

Attraverso la sottoscrizione del Codice dell'Olivo, i fornitori condividono i valori e gli obiettivi del Progresso Responsabile e si confrontano con i KPI di monitoraggio, che guardano all'utilizzo di acqua ed energia, alla gestione dei rifiuti, alla tutela della biodiversità e del paesaggio, alla salute e sicurezza sul lavoro, tracciandone di anno in anno i miglioramenti.

A partire dal 2021, inoltre, è iniziata la collaborazione con un campione di produttori greci che prevede la co-creazione e l'implementazione di un protocollo di sostenibilità in collaborazione con BASF. Il protocollo "Lifemax" prevede l'applicazione, sul campo e in frantoio, di pratiche che guardano senza compromessi al benessere delle persone, e alla salvaguardia del paesaggio e della coltivazione e vengono attentamente monitorate secondo lo schema previsto dal disciplinare. I dati raccolti in queste prime due campagne olearie hanno permesso di mettere a punto ulteriormente il protocollo che si vuole via via estendere ad un numero sempre maggiore di produttori.

Fratelli Carli ha inoltre messo a piano l'aggiornamento, in collaborazione con i suoi fornitori, del proprio Codice dell'Olivo, integrandone i valori e gli obiettivi con gli SDG delle Nazioni Unite e rafforzando, con una raccolta di dati sempre più precisi, l'attenzione e la cura per un modello di sostenibilità concreto e condiviso.

## Il Distretto Alimentare - il Codice della Bontà

Il Codice della Bontà nasce nel 2013 in collaborazione con i fornitori delle **specialità alimentari e dei componenti** con i quali, partendo da una visione comune, si sono definiti gli obiettivi dell'intero Distretto su **due temi fondamentali**:

- **sostenibilità di tutte le fasi produttive** delle specialità gastronomiche (coltivazione, risorse, tecnologie, persone), guidando le aziende del Distretto verso un modello rigenerativo;
- **riduzione delle quantità di materiali e uso di materiali riciclabili, biodegradabili e rinnovabili** per il packaging, impegnandosi pertanto a migliorare il profilo di sostenibilità dei prodotti.

Nel 2021 il Codice si è evoluto, con il contributo fattivo dell'intero Distretto, valutando gli impatti generati dalla filiera rispetto al perseguitamento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) e integrando nuovi KPI sia per le aziende del Distretto che per i loro prodotti.

# 60

i fornitori di prodotti finiti e componenti coinvolti nel Codice di Bontà

I Distretti hanno visto crescere costantemente le performance di sostenibilità, tanto che ben 7 aziende della filiera sono diventate B Corp o Società Benefit.

In particolare, gli indicatori di monitoraggio considerano, tra l'altro, la percentuale di energia proveniente da fonti rinnovabili, la presenza di donne tra i collaboratori del Distretto, le eventuali certificazioni in ambito ESG, il numero di prodotti analizzati attraverso la metodologia LCA o SLCA.

Grazie a questo approccio, i Distretti hanno visto crescere costantemente le performance di sostenibilità, tanto che ben 7 aziende della filiera sono diventate B Corp o Società Benefit.



## Il Distretto della Cosmesi - il Codice della Bellezza

Mediterranea e i suoi fornitori, impegnati a dare vita a un progetto di cosmesi naturale, biologica e sostenibile, hanno condiviso nel Codice della Bellezza la loro visione comune e l'impegno per il miglioramento del livello di sostenibilità dei prodotti. Anche per questo Distretto nel 2021 si è lavorato per integrare nel Codice gli **obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)** e per definire nuovi indicatori di monitoraggio.

Il Codice della Bellezza traccia le performance di sostenibilità sia dell'azienda stessa, focalizzandosi ad esempio sulla percentuale di energia rinnovabile utilizzata, la presenza di quote rosa tra i collaboratori e il possesso di certificazioni, sia sul prodotto, mappando aspetti relativi alla quantità di prodotti analizzati tramite l'approccio della metodologia SLCA. L'obiettivo del Codice è garantire una crescita sostenibile di Mediterranea, fondata su valori e obiettivi condivisi per ogni aspetto della filiera produttiva, ovvero:

- **formulazione dei prodotti basata sui migliori oli di oliva** e su componenti esclusivamente naturali;
- **salvaguardia dei terreni e della tradizione** nella coltivazione delle erbe officinali;
- **riduzione dell'uso di energia** e risorse naturali non rinnovabili;
- **utilizzo di materiali riciclabili, biodegradabili e rinnovabili** per il packaging.

Oltre **15** i fornitori di cosmetici e packaging coinvolti nel Codice di Bellezza

## DISTRETTI E ANALISI DI VITA DEL PRODOTTO (SLCA)

In linea con l'obiettivo dei Codici della Bontà e della Bellezza, si è lavorato nel corso dell'anno con tutti i fornitori coinvolti nei Distretti per aggiornare i KPI di sostenibilità e, in particolare, le analisi SLCA.

Le analisi effettuate, sia su prodotti che su materiali, sono state oltre 60 e hanno permesso di verificare le azioni di miglioramento messe in atto dai fornitori lungo l'intero ciclo di vita, confrontandole con i risultati del 2020 e di analizzare i nuovi prodotti alla luce del benchmark di Distretto.

L'insieme delle matrici risultanti dalle indagini offre una visione complessiva degli impatti che i prodotti, suddivisi nelle tre categorie (prodotti finiti alimentari, packaging, prodotti Mediterranea), hanno sulle diverse **fasi del ciclo di vita**:

- materie prime;
- produzione;
- distribuzione;
- uso;
- fine vita.

Rispetto ai **4 principi di sostenibilità**:



aumento sistematico della concentrazione di **risorse estratte** dalla crosta terrestre;



aumento sistematico di **sostanze prodotte dalla società**;



**degrado della natura** per mezzi fisici;



**barriere sistematiche** che riguardano l'integrità, la competenza, l'influenza, il significato e l'**imparzialità delle persone**.

Il Distretto Fratelli Carli si presenta con una netta prevalenza di celle bianche, che indicano il pieno rispetto dei principi di sostenibilità. Le celle gialle evidenziano un impatto che è in corso di mitigazione, mentre le celle rosse rappresentano i punti di attenzione, sui quali è ancora necessario lavorare. Tipicamente le aree più critiche riguardano l'estrazione dei combustibili dalla crosta terrestre e la fase di distribuzione.

Oltre **60** analisi effettuate su prodotti e materiali





Le pratiche virtuose del Distretto riguardano principalmente lo sviluppo di ricette corte, la scelta di una filiera corta, l'ottimizzazione e la minimizzazione del packaging, l'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili e l'implementazione delle pratiche di efficienza energetica negli stabilimenti.

#### PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ

- 1
- 2
- 3
- 4

#### GRADO DI RISPETTO DEI PRINCIPI

- Pieno rispetto
- In corso di mitigazione
- Punti di attenzione

#### Matrice di distretto - COMPONENTI PACKAGING

	MATERIE PRIME	PRODUZIONE	DISTRIBUZIONE	USO	FINE VITA
	58%	50%	49%	58%	68%
	78%	58%	50%	97%	87%
	87%	78%	99%	99%	99%
	87%	87%	97%	99%	99%

71% celle bianche

#### Matrice di distretto - PRODOTTI ALIMENTARI

	MATERIE PRIME	PRODUZIONE	DISTRIBUZIONE	USO	FINE VITA
	42%	67%	42%	67%	50%
	58%	58%	50%	92%	92%
	92%	100%	100%	100%	92%
	100%	100%	100%	100%	100%

70% celle bianche

#### Matrice di distretto - PRODOTTI MEDITERRANEA

	MATERIE PRIME	PRODUZIONE	DISTRIBUZIONE	USO	FINE VITA
	43%	29%	36%	64%	43%
	43%	43%	50%	86%	71%
	71%	86%	100%	93%	100%
	93%	100%	100%	100%	100%

59% celle bianche

## Il Distretto dei Trasporti - il Codice delle Consegne

Per completare il processo di sostenibilità della filiera, Fratelli Carli ha coinvolto anche i propri consegnatari, fiore all'occhiello della logistica distributiva dell'azienda, stilando il **"Codice delle Consegne"** con l'obiettivo di ridurre i consumi e le relative emissioni, lavorando insieme principalmente su due fronti:

- **condivisione** di pratiche virtuose di guida e manutenzione dei furgoni;
- **ottimizzazione dei trasporti di medio e lungo percorso** con:
  - incremento del trasporto intermodale;
  - ottimizzazione dei carichi e dei percorsi evitando il più possibile i viaggi "a vuoto".

Il monitoraggio previsto dal Codice sull'applicazione delle pratiche virtuose e sul loro impatto sulla riduzione dei consumi, ha rappresentato la base dell'importante progetto di compensazione di tutte le emissioni della logistica di consegna per il mercato Italia che Fratelli Carli ha realizzato nel corso dell'anno.

L'intera filiera dei trasporti è stata pienamente coinvolta nel raggiungimento di questo obiettivo e formata, con una serie di incontri ad hoc, sulle modalità del calcolo effettuato per determinare il totale delle emissioni climateranti, sull'importanza delle pratiche di guida sostenibile per diminuirne costantemente le quantità e, infine, sulle modalità di compensazione delle emissioni che sono state scelte.



Oltre **130** padroncini coinvolti  
nel nostro Distretto  
dei Trasporti

# Energia e Risorse

Gli sprechi sono una mancanza  
di rispetto, quindi li evitiamo  
da sempre





---

Ci impegniamo a ridurre costantemente la nostra impronta energetica nelle fasi di produzione e logistica. Sul fronte della produzione abbiamo creato un modello di risparmio e riduzione dell'impronta di carbonio basato sulla sinergia tra tre azioni fondamentali: utilizzo di energia elettrica totalmente derivata da fonti rinnovabili, autoproduzione attraverso impianto fotovoltaico, iniziative per la riduzione dei consumi.

Federico Calzamiglio  
Direttore Operations

Vittorio Zeviani  
Ufficio Tecnico

”



## Risultati 2022



- ✓ Validato l'inventario delle emissioni **Scope 1, Scope 2 e Scope 3**
- ✓ Definita la **Politica Integrata** Ambiente e Salute e Sicurezza sul Lavoro
- ✓ Compensata l'impronta carbonica di tutta la logistica di consegna Italia
- ✓ Il **93% dei rifiuti** prodotti è stato inviato a recupero.

## Obiettivi 2022-2025

- Aggiornare e validare gli inventari delle emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3
- Implementare e ampliare il perimetro del nuovo Sistema di Gestione Ambientale
- Definire e implementare un piano per il raggiungimento della Carbon neutrality dell'organizzazione
- Compensare l'impronta carbonica di tutte le consegne a domicilio dei clienti in tutti i paesi esteri serviti
- Mantenere la percentuale di rifiuti inviati a recupero superiore al 90% sul totale dei rifiuti prodotti

## Highlights 2022

### ENERGIA E RISORSE

**100%**

l'energia elettrica  
utilizzata certificata  
da fonti rinnovabili

**965.860**

kWh l'energia elettrica  
prodotta dall'**impianto**  
**fotovoltaico di proprietà**

**20**

le **tonnellate di**  
**CO<sub>2</sub>** per milione di  
fatturato

**93%**

i **rifiuti inviati al**  
**recupero** sul totale  
dei rifiuti

**17%**

l'energia elettrica  
**da fonte rinnovabile**  
**autoprodotta** e consumata  
rispetto al totale dell'energia  
elettrica consumata

**100%**

le **emissioni di CO<sub>2</sub>**  
generate dall'intera  
logistica di consegna  
Italia che sono state  
**compensate**

**-12%**

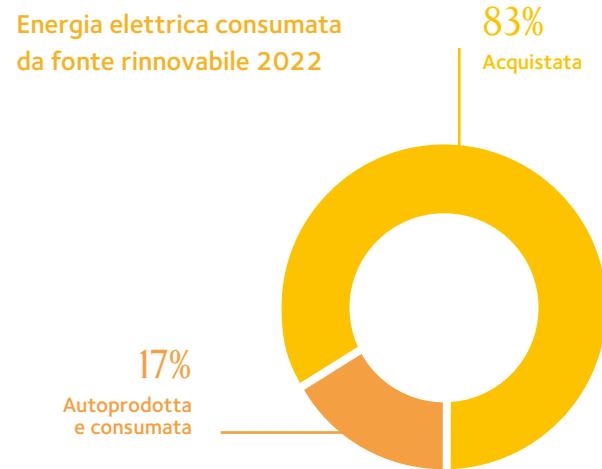
le **emissioni totali di CO<sub>2</sub> eq**  
per Scope 1 e Scope 2



# L'impegno per un futuro sostenibile: più tecnologia, meno consumi

## L'attenzione all'energia di Fratelli Carli

Con l'obiettivo di ottimizzare il consumo energetico, l'azienda monitora attentamente e rendiconta regolarmente l'utilizzo di carburanti, gas ed energia elettrica, attraverso una **diagnosi energetica**. Questo processo permette di valutare in modo accurato le performance energetiche dell'azienda e di identificare eventuali aree di miglioramento.



L'azienda da sempre promuove progetti per **migliorare l'efficienza energetica e l'approvvigionamento da fonti rinnovabili**. Allo stesso tempo, si impegna a ridurre gli sprechi e a sensibilizzare i propri stakeholder sull'importanza dell'utilizzo responsabile ed efficiente di materie prime naturali.

Nel biennio 2021-2022, si è registrata una costante diminuzione dei consumi energetici, grazie all'impegno costante di Fratelli Carli nell'ottimizzazione dei sistemi e dei processi. In particolare, i consumi sono diminuiti da **50.872 GJ** nel 2021 a **45.011 GJ** nel 2022.

La maggior parte del consumo energetico dell'azienda è associato al **gas naturale** – utilizzato per i processi di raffinazione dell'olio e, in misura residuale, per il riscaldamento – e all'**energia elettrica**.

L'energia elettrica copre oltre un terzo dei consumi totali di energia e Fratelli Carli, coerentemente con gli anni precedenti, ha continuato nel proprio percorso di energia sostenibile, utilizzando il 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

Di questa l'**83%** è rappresentata dall'energia elettrica acquistata e consumata mentre il restante **17%** è autoprodotta dall'**impianto fotovoltaico di 8.500 mq installato sul tetto dello stabilimento** fin dal 2012.

Questo impianto ha una produzione media annuale pari a **975.000 kWh** e contribuisce positivamente al consumo di energia elettrica sostenibile anche all'**esterno dell'azienda**. Infatti, la quota parte di energia prodotta che non viene consumata (circa l'8%) viene **reimmessa nella rete**, per un ammontare pari a **68.574 kWh** nel 2022, contribuendo così alla riduzione del mix energetico nazionale.

**-12%** le emissioni totali di CO<sub>2</sub>eq per Scope 1 e Scope 2



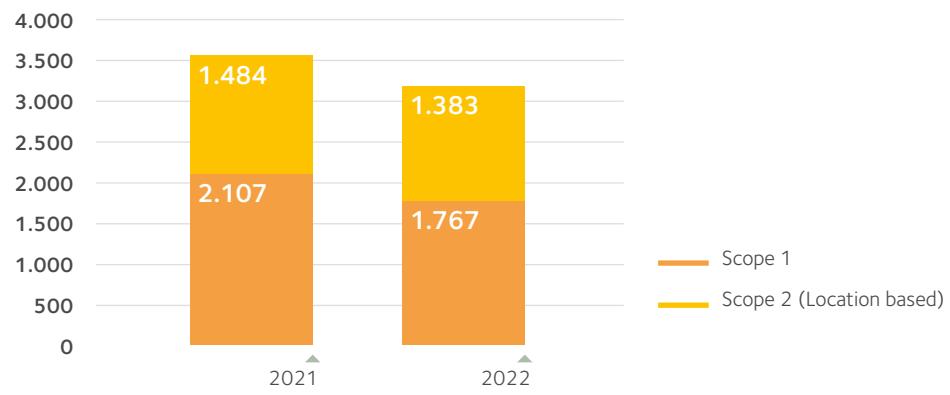
L'impegno che da anni la Fratelli Carli mette in atto per ridurre la propria impronta energetica in tutte le fasi del processo, ha portato l'azienda a risultati concreti in termini di efficientamento anche nel 2022. La scelta di preferire il cloud all'archiviazione fisica in house di una parte dei dati di backup, il rinnovo di alcune macchine nel Centro Stampa, la prosecuzione dell'installazione **di lampade a LED a basso consumo su tutte le aree aziendali**, il completamento della **sostituzione degli impianti di condizionamento** con soluzioni a basso impatto energetico e il progressivo rinnovo del proprio parco mezzi, sono solo alcune delle attività che hanno determinato l'ulteriore diminuzione dei consumi energetici dell'azienda.

## Crescita a ridotte emissioni

L'impegno di Fratelli Carli verso la riduzione dei consumi energetici ha inciso positivamente anche sulla quantità di **emissioni di gas a effetto serra**. Nel 2022, in linea con il trend dell'anno precedente, l'azienda è riuscita a diminuire le proprie emissioni Scope 1<sup>6</sup>, che comprendono le **emissioni dirette provenienti dalle fonti di proprietà o controllate dall'azienda**, passando da **2.107 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq a 1.767 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq (-16%)**.

La scelta strategica di utilizzare energia elettrica interamente approvvigionata da fonti rinnovabili permette, inoltre, all'azienda di avere delle emissioni Scope 2 Market Based<sup>7</sup> nulle. In linea con gli anni precedenti, l'azienda continua nel suo intento di ridurre il proprio impatto in termini di emissioni complessive annuali, passando da **3.591 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq nel 2021 a 3.150 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq nel 2022, con una riduzione del 12%**.

### Emissioni GHG (tCO<sub>2</sub>eq) 2022

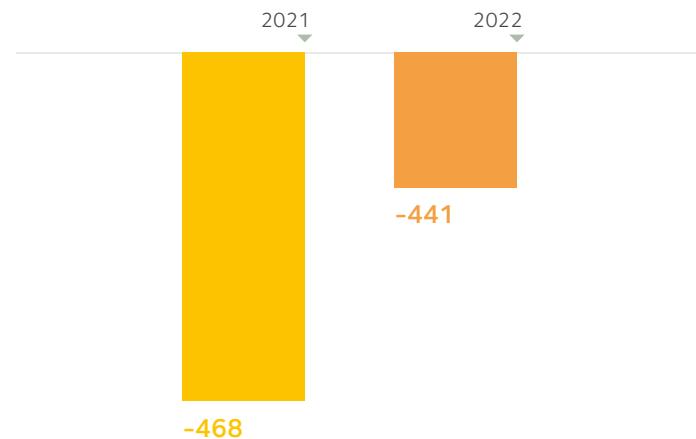


<sup>6</sup> Le emissioni Scope 1 sono definite come le emissioni dirette di gas ad effetto serra da fonti detenute o controllate dall'azienda.

<sup>7</sup> Le emissioni Scope 2 sono definite come le emissioni indirette di gas ad effetto serra risultanti da consumi energetici da fonti non detenute o controllate dall'azienda. Tali emissioni si riferiscono alle emissioni Scope 2 calcolate con il metodo *market-based*, dove per l'energia prodotta e consumata tramite pannelli fotovoltaici e per l'energia acquistata e certificata come rinnovabile (es. certificati verdi) viene utilizzato un fattore di emissione virtuale pari a zero.

La produzione di energia elettrica pulita tramite l'impianto fotovoltaico installato presso gli stabilimenti di Imperia ha permesso di **risparmiare l'emissione di un totale di 441 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq** che sarebbero state altrimenti immesse in atmosfera per la produzione di un quantitativo identico di energia tramite fonti fossili. Il trend delle cosiddette *avoided emissions* ricalca in maniera perfetta quello relativo all'autoproduzione di elettricità tramite pannelli fotovoltaici.

Emissioni evitate (tCO<sub>2</sub>eq)



**441** le tonnellate di Co<sub>2</sub> risparmiate grazie all'impianto fotovoltaico

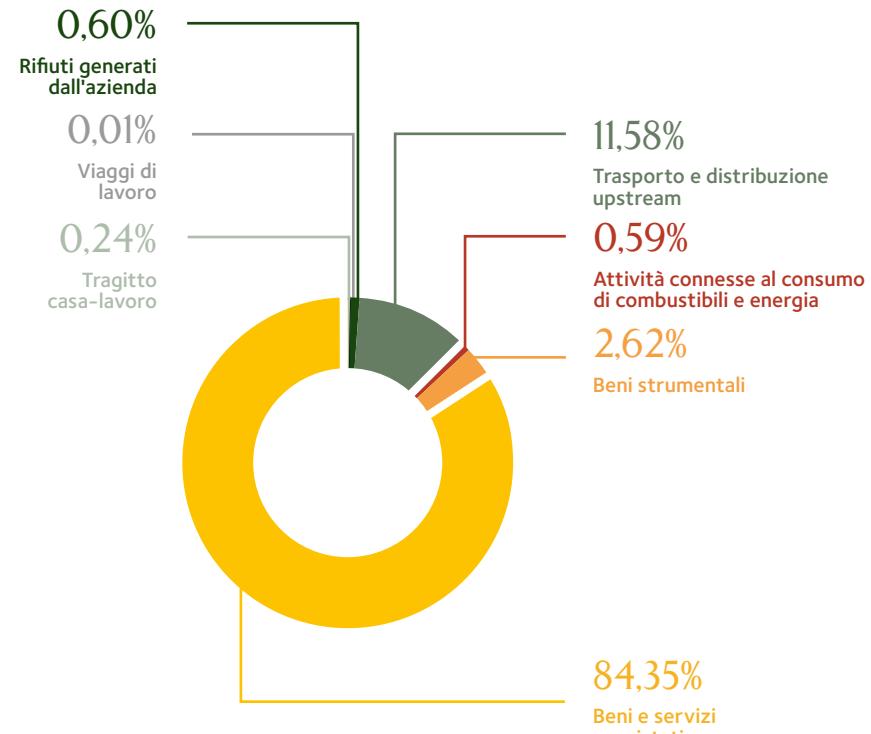
## L'inventario delle emissioni di Scope 3

Inoltre, al fine di monitorare e comprendere la magnitudo dell'impronta carbonica derivante dalle attività che si verificano al di fuori dei confini aziendali lungo l'intera *value chain*, così da essere in grado di pianificare strategie di gestione efficaci, Fratelli Carli ha **quantificato le emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette cosiddette Scope 3 che avvengono a monte dell'organizzazione (upstream)**. Tale processo di misurazione e rendicontazione, che ha avuto inizio già per l'anno 2021 e che si è completato nel 2022, **segue i requisiti del GHG Protocol**, la guida metodologica maggiormente riconosciuta sull'argomento. Il protocollo **identifica 15 Categorie emissive indirette, sia a monte che a valle dell'organizzazione**, quelle ricomprese nell'inventario di Fratelli Carli, in ragione della loro rilevanza per l'azienda, sono elencate nella tabella che segue.

Categoria Scope 3	Descrizione
<b>1. Beni e servizi acquistati</b>	Questa categoria comprende tutte le emissioni a monte (dalla culla al cancello) derivanti dalla produzione di prodotti acquistati o acquisiti dalla società. I prodotti comprendono sia beni (prodotti tangibili) sia servizi (prodotti immateriali).
<b>2. Beni strumentali</b>	La categoria comprende le emissioni derivanti dall'estrazione, produzione e trasporto di beni strumentali acquistati o acquisiti dall'azienda durante l'anno di riferimento.
<b>3. Attività connesse al consumo di combustibili e energia</b>	In questa categoria sono incluse le emissioni relative alla produzione di combustibili ed energia acquistati e consumati dall'azienda che non sono inclusi nelle categorie di Scope 1 o Scope 2. S'intendono le emissioni upstream di combustibili ed energia.

Categoria Scope 3	Descrizione
<b>4.</b> Trasporto e distribuzione upstream in entrata	1. Trasporto e distribuzione di prodotti acquistati nell'anno di riferimento, tra i fornitori terzi e le proprie attività in veicoli non di proprietà o non gestiti dall'azienda;
Trasporto e distribuzione upstream in uscita	2. Servizi di trasporto e distribuzione di terzi acquistati dall'azienda dichiarante nell'anno in esame (direttamente o tramite un intermediario), compresa la logistica in entrata, la logistica in uscita (ad esempio, dei prodotti venduti), e il trasporto e la distribuzione di terzi tra le strutture dell'azienda.
<b>5.</b> Rifiuti generati dall'azienda	Emissioni derivanti dallo smaltimento e dal trattamento dei rifiuti da parte di terzi generati nelle operazioni di proprietà o controllate dall'azienda dichiarante.
<b>6.</b> Viaggi di lavoro	Questa categoria include le emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti per i viaggi di lavoro su veicoli di proprietà o gestiti da terzi, come aerei, treni, autobus e autovetture.
<b>7.</b> Tragitto casa-lavoro	Questa categoria include le emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti per i viaggi di lavoro su veicoli di proprietà o gestiti da terzi, come aerei, treni, autobus e autovetture.

### Emissioni GHG Scope 3 2022 (t CO<sub>2</sub> eq)



Come mostra il grafico, le emissioni climalteranti di Fratelli Carli sono prevalentemente legate alle attività indirette classificate come Scope 3, pari al 95% del totale. Rispetto alle categorie Scope 3 rendicontate, **l'impatto maggiore si verifica nella Categoria 1 (Beni e servizi acquistati)**, che comprende le emissioni incorporate nelle materie prime, nel packaging e nei prodotti finiti acquistati dall'azienda, e nella **Categoria 4 (Trasporto e distribuzione upstream)** relativa ai trasporti a valle e a monte dell'attività produttiva in azienda.

## Il percorso verso la carbon neutrality: la compensazione della logistica di consegna Italia

La quantificazione delle emissioni di Scope 3 rappresenta un importante tassello del percorso verso la Carbon Neutrality che la Fratelli Carli ha intrapreso già a partire dal 2021. La mappatura dell'impatto generato dalle attività a monte e a valle dell'azienda ha permesso di evidenziare i punti sui quali è più importante ed urgente agire.

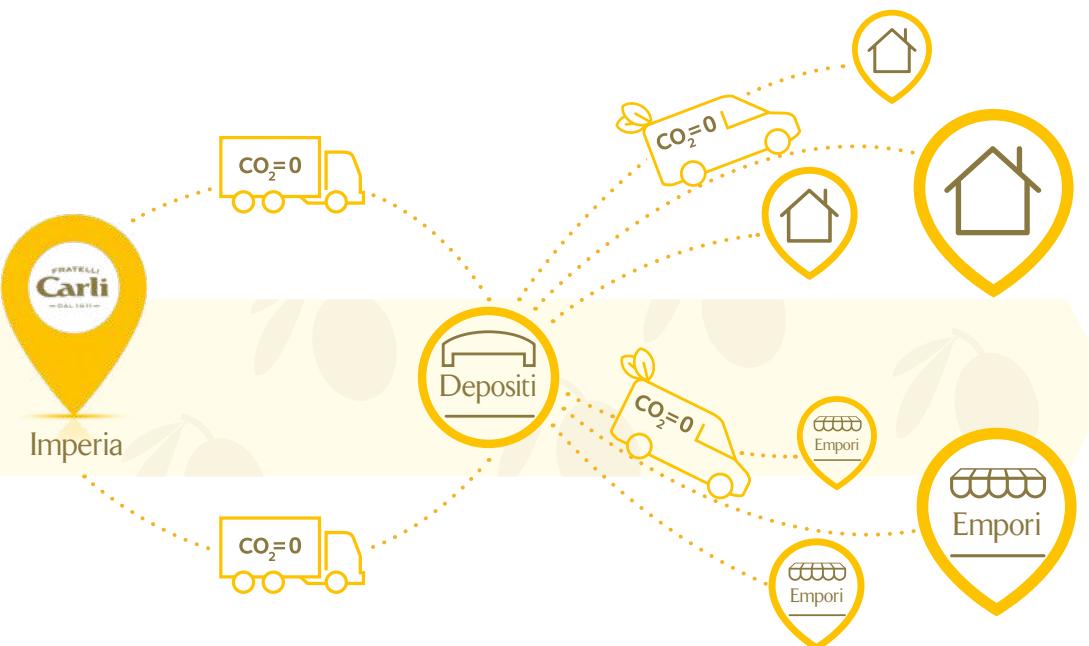
Nel corso del 2022 Fratelli Carli ha focalizzato il proprio impegno strategico rispetto alla gestione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, **in particolare sull'impatto della propria logistica di consegna per il mercato Italia.**

Questo è stato possibile coinvolgendo prima di tutto i padroncini, che svolgono in esclusiva la consegna dei prodotti Fratelli Carli direttamente a casa dei clienti.

Con loro l'azienda da anni condivide il "Codice dei Trasporti" e ha intrapreso un percorso di sensibilizzazione verso le buone pratiche di guida che, per quanto possibile, permettono di ridurre almeno in parte le emissioni e gli impatti ambientali. Si è quindi proceduto a calcolare il totale delle emissioni di CO<sub>2</sub> generate dall'intera logistica di consegna: sia per quanto riguarda il trasporto primario, da Imperia verso i depositi, sia per quanto riguarda il trasporto secondario, dai depositi fino a casa dei clienti e agli Empori.

**CO<sub>2</sub>=0** per tutta la logistica di consegna Italia

Infine, Fratelli Carli ha deciso di compensare completamente queste emissioni, acquistando una quantità di "crediti di carbonio" (che sostengono progetti per la produzione di energia da fonti rinnovabili) pari alla quantità di CO<sub>2</sub> emessa dall'intero processo. In questo modo tutte le consegne di Fratelli Carli in Italia, possono dirsi pienamente responsabili con una CO<sub>2</sub>=0.



### Dicono di noi

“Consegnare a casa dei clienti i prodotti Fratelli Carli è sempre stato per me un motivo di orgoglio. Oggi lo è ancora di più sapendo che tutti i chilometri percorsi dal mio furgone sono carbon neutral perché le emissioni sono interamente compensate.

**Stefano Gerbelli**  
Consegnatario Fratelli Carli dal 1990

## La gestione dei rifiuti

La gestione dei rifiuti è da sempre una priorità fondamentale per Fratelli Carli. Questo impegno coinvolge tutti i **dipendenti, collaboratori** e le **aziende** con cui Fratelli Carli entra in contatto, lungo l'intera catena del valore. La corretta gestione dei rifiuti nonché le responsabilità ad essa correlate sono disciplinate da una specifica procedura, che viene costantemente implementata e aggiornata per recepire le eventuali modifiche del processo produttivo e rispettare i requisiti stabiliti dalla legislazione vigente in materia.

Negli ultimi anni Fratelli Carli ha condotto una dettagliata analisi di tutte le attività che generano **"rifiuti"** e/o **"scarti"**, al fine di ottenere una classificazione e caratterizzazione di tali materiali. Questo processo ha consentito l'individuazione di opportune modalità di gestione dei rifiuti prodotti così come la predisposizione di apposite aree adibite al **deposito temporaneo** dei rifiuti speciali e alla **raccolta differenziata** dei rifiuti urbani. Per questi ultimi, infatti, in azienda sono state allestite alcune **"isole ecologiche"** che garantiscono un conferimento dei rifiuti prodotti e una loro corretta differenziazione per affidarli al servizio di raccolta pubblica.

I rifiuti prodotti dall'azienda sono principalmente rifiuti non pericolosi. In particolare, le principali categorie sono:

- materiali di imballaggio come carta, vetro, plastica, legno e metallo;
- paste saponose;
- acque e fanghi da operazioni di frantoi;
- rifiuti prodotti dall'attività di lavorazione alimentare;
- terre decoloranti da filtrazione;
- oli e grassi commestibili.

Fratelli Carli si impegna attivamente a **monitorare l'operato dei propri fornitori che concorrono alla gestione dei rifiuti (trasportatori, smaltitori e intermediari)**. Durante la fase di definizione dei contratti, l'azienda valuta le autorizzazioni di ciascun fornitore e, in corso d'opera, il rispetto delle prescrizioni previste dalle diverse regolamentazioni locali e nazionali.

Come parte del processo di miglioramento continuo, Fratelli Carli forma e informa tutto il personale addetto e i propri collaboratori, affinché ci sia da parte di ognuno un'elevata attenzione alla corretta applicazione di quanto previsto, non solo dalla legge, ma anche dalle procedure interne, che deve portare a un'attenzione maggiore da parte di tutti nella gestione del rifiuto: in questa direzione va l'**attività di prevenzione alla produzione del rifiuto e di sensibilizzazione per il corretto smaltimento dello stesso**.



**93%**  
i rifiuti inviati al  
recupero sul totale  
dei rifiuti prodotti

## L'APPROCCIO PREVENTIVO DI FRATELLI CARLI

Nell'ottica di un **approccio preventivo** alla produzione stessa del rifiuto, l'azienda ha implementato negli ultimi anni diverse azioni che hanno permesso una riduzione significativa. In particolare, tali azioni sono state sviluppate non solo all'interno dell'azienda stessa, ma a monte e a valle della catena del valore dell'organizzazione.

### **All'interno dell'organizzazione:**

- alleggerimento delle confezioni in cartone;
- incremento dell'utilizzo di plastiche riciclate anziché vergini;
- acquisto di nuovi macchinari per la stesura dell'estensibile per i pallet che utilizzano minor quantità di plastica;
- sostituzione dei riempitivi per le confezioni dei cosmetici, eliminando completamente quelli in plastica;
- sostituzione delle buste con interno in plastica per la spedizione dei cosmetici con buste in solo cartone;
- adozione della finestra in pergamo, anziché in plastica, per tutte le buste;
- dematerializzazione della comunicazione.

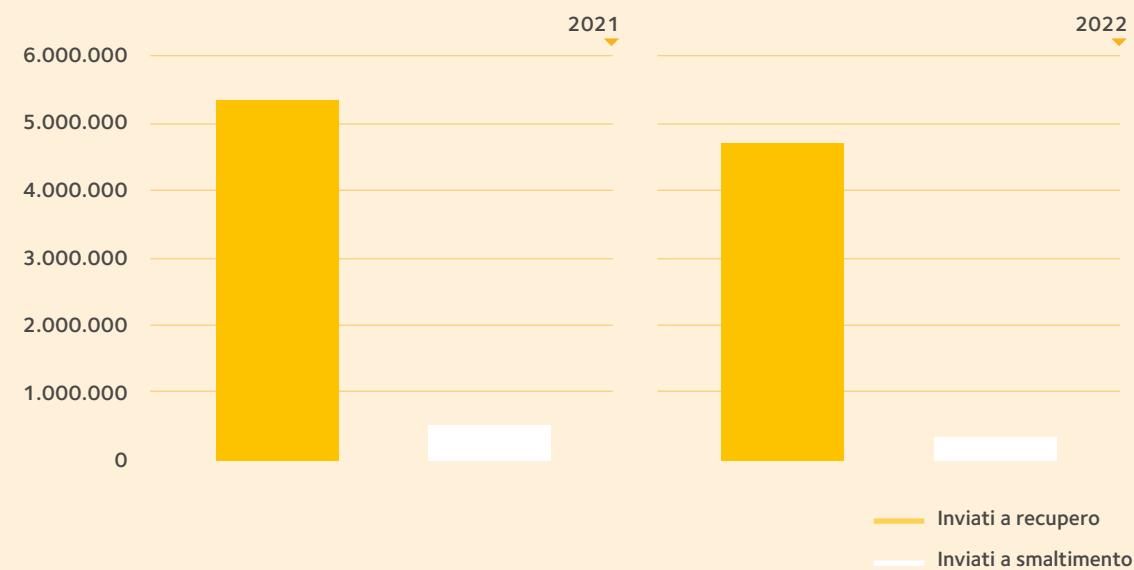
### **A monte dell'organizzazione**

- condivisione con tutti i fornitori della tematica della diminuzione dei rifiuti e delle diverse soluzioni attuate all'interno della catena di fornitura.

### **A valle dell'organizzazione:**

- mappatura di tutti i materiali di pack, al fine di poterne quantificare precisamente l'impatto nel fine vita e identificare le aree di intervento e miglioramento.

### Rifiuti destinati a recupero e smaltimento (Kg)



## -14% i rifiuti totali prodotti nel 2022

Fratelli Carli invia la maggior parte dei rifiuti prodotti a recupero e riciclo. Nel biennio 2021 - 2022 la **quantità di rifiuti è diminuita grazie al continuo impegno di Fratelli Carli nel prevenirne la produzione**. Le principali categorie di rifiuto che hanno visto una riduzione sono: carta, fanghi prodotti da operazioni di frantoio e rifiuti alimentari. Anche la quantità **inviata a recupero** è cresciuta, arrivando al **93%** dei rifiuti prodotti, con un incremento del 2% rispetto all'anno precedente.

### ***Biocarburante dai sottoprodotti di lavorazione***

Le paste saponose e le terre oleose derivate dal processo produttivo vengono sottoposte alla valutazione del "Sistema Nazionale di Certificazione della Sostenibilità dei Biocarburanti e dei Bioliquidi" e, se valutate conformi, sono avviate, ai sensi della normativa vigente, all'utilizzo come preziosa materia prima per la produzione di biocarburanti, anziché essere smaltite come rifiuti.

## La politica integrata ambiente e salute e sicurezza

La Fratelli Carli, in una prospettiva di miglioramento continuo, si impegna a promuovere e sostenere tutte le azioni necessarie ai fini della protezione ambientale e della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. In questa prospettiva si inserisce la decisione di intraprendere, nel corso del 2022, l'implementazione del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro con un Sistema di Gestione Ambientale, per dare vita ad una Politica integrata Ambiente e Salute e Sicurezza sul Lavoro, in linea rispettivamente alla UNI ISO 45001:2018 e UNI EN ISO 14001:2015. La politica integrata si ispira ai principi fondamentali con cui opera l'azienda e alle finalità di beneficio comune esplicitate nello Statuto ed è parte integrante delle scelte gestionali e operative dell'azienda.

## La gestione dell'acqua

Proseguendo l'implementazione e il miglioramento delle pratiche sostenibili e del risparmio delle materie prime, la **raffineria** ha subito negli anni **importanti innovazioni**, che hanno permesso un risparmio di circa 3 litri di acqua per ogni chilo d'olio lavorato.

Fratelli Carli, da sempre, presta molta attenzione al consumo di acqua, e si impegna nel monitoraggio e nel controllo della sua **qualità, in entrata e in uscita**, come da disposizioni di legge.

Il rispetto dei limiti vigenti per lo **scarico in fognatura** è tenuto costantemente sotto controllo attraverso periodiche verifiche analitiche atte ad accertare i carichi inquinanti rispetto a parametri significativi. Per questo motivo, nella sede di Imperia, sono presenti un **campionatore in continuo**, un **misuratore di portata** e una **sonda termometrica**, accanto al pozzetto di scarico. Gli standard di qualità fissati e rispettati per gli scarichi idrici sono quelli stabiliti dal D.Lgs. 152/06 e ss.mm.ii.

Per poter analizzare l'acqua di scarico, l'azienda si affida ad un laboratorio esterno che ha sempre confermato il rispetto dei limiti previsti per legge. Inoltre, nei giorni in cui la Raffineria è al lavoro, con il supporto del proprio Laboratorio interno, l'azienda effettua ogni giorno, volontariamente, le **analisi di controllo sulle acque** verificando l'assoluta conformità dei parametri di qualità (es. COD, PH, Fenoli).

Nelle sedi di Imperia e Gazzelli sono stati installati degli **impianti di trattamento delle acque** che consentono di immettere nel corpo recettore uno scarico conforme ai requisiti stabiliti dalle norme vigenti in materia. Nella sede di Imperia l'acqua utilizzata per la lavorazione passa attraverso **vasche di decantazione** che permettono la separazione e il recupero delle parti oleose eventualmente presenti, mentre le acque derivanti dalle operazioni di autolavaggio confluiscono in un **depuratore e a una successiva fase di filtrazione**.



# Cultura e tradizione mediterranea

Diffondiamo la cultura  
della sostenibilità e la sana  
alimentazione, da sempre





---

L'olivo e il prezioso olio che ci regala sono i simboli del Mediterraneo: il luogo d'origine e il cuore delle civiltà che hanno dato vita al nostro mondo. Da questa storia nasce la passione e la “ragione” del nostro essere impresa: contribuire a salvaguardare e tramandare tradizioni e saperi che hanno creato una cultura dell'alimentazione di valore universalmente riconosciuto.

Claudia Carli  
Responsabile  
Comunicazione  
Corporate

“



## Risultati 2022



✓ Partecipazione al **Covegno sugli Stati Generali dell'Archeologia Industriale**

✓ Partnership con l'Università degli Studi di Genova per uno progetto di **ricerca sull'olivo e l'olio nell'antichità** classica

✓ Adesione a **Museimpresa** e partecipare alle attività associative

✓ Sviluppato il progetto **ITS - Accademia Ligure Agroalimentare** per la diffusione della cultura alimentare del territorio

✓ Adesione al progetto "**Ragazzi in azienda**" per la promozione e l'interazione tra le imprese e gli studenti delle scuole

✓ Implementato il **piano editoriale di web marketing** con una serie di contenuti dedicati esclusivamente ai temi della sostenibilità in azienda

## Obiettivi 2022-2025

- Diffondere la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva e della tradizione alimentare del Mediterraneo
- Divulgare la cultura della Sostenibilità

## Highlights 2022

100%

gli **Empori** che riportano  
informazioni sulla  
sostenibilità

876

le **scolaresche** che  
hanno approfondito il loro  
programma di studi nelle  
sale del Museo dell'Olivo  
Carlo Carli

12.276

i **visitatori** del Museo  
dell'Olivo Carlo Carli

+1.260.000

le **DEM** sui temi della  
sostenibilità inviate  
ai clienti

CULTURA E TRADIZIONE



# Cultura, tradizione, sostenibilità

Fratelli Carli rinnova continuamente il proprio impegno per la sostenibilità e nella diffusione della sana alimentazione attraverso una serie di attività nell'ambito della cultura, tradizione e sostenibilità.

Fratelli Carli si impegna a [promuovere l'eccellenza gastronomica caratteristica dell'Italia](#), che vanta un patrimonio di prodotti e stili alimentari basati sulla dieta mediterranea, ammirata in tutto il mondo.

## "Ragazzi in azienda"

L'iniziativa **"Ragazzi in azienda"**, in collaborazione con Confindustria e Camera di Commercio, è un programma che mira a promuovere l'interazione tra le imprese e gli studenti delle scuole, offrendo loro l'opportunità di conoscere da vicino il mondo del lavoro e acquisire competenze pratiche. L'iniziativa prevede che le aziende ospitino gli studenti per un periodo di formazione sul campo, consentendo loro di osservare e partecipare alle attività quotidiane. Attraverso questa esperienza definita EAS (Episodi di Apprendimento Situato), gli studenti possono sviluppare una migliore comprensione delle dinamiche di impresa, delle diverse professioni e dei requisiti richiesti nel mondo del lavoro.

L'obiettivo dell'iniziativa "Ragazzi in azienda" è quello di favorire una maggiore consapevolezza e orientamento professionale tra i giovani, aiutandoli nella scelta della loro futura carriera, promuovendo l'integrazione tra il mondo dell'istruzione e quello delle imprese. Gli studenti hanno preso in analisi l'azienda, il prodotto e il potenziale cliente, sviluppando 4 diverse campagne pubblicitarie riguardanti i prodotti Carli, rivolte al mercato tedesco. I progetti sono quindi stati valutati da una giuria composta, fra gli altri, da alcuni membri del Comitato di Sostenibilità.

**4 diverse campagne**  
pubblicitarie riguardanti i prodotti Carli  
sviluppate dagli studenti

## Campagna di comunicazione Sostenibilità Digital

L'impegno di Fratelli Carli alla sensibilizzazione sui diversi temi della sostenibilità è molto forte e si rivolge a tutti i suoi stakeholder, coinvolgendoli e informandoli. A partire da quest'anno, all'interno del piano di **e-mail marketing**, ne è stato sviluppato uno esclusivamente **dedicato ad approfondire con i clienti l'impegno dell'azienda verso il Progresso Responsabile**, invitandoli a riflettere su questi temi che riguardano tutti nelle piccole o grandi scelte che si compiono ogni giorno. Un'iniziativa che ha avuto successo, con oltre 1.260.000 dem inviate, e che continuerà anche nei prossimi mesi.

## Campagna di comunicazione Sostenibilità negli Empori

Gli Empori sono i "luoghi" dove si incontrano le espressioni più autentiche delle produzioni dei territori, la passione per il gusto, l'educazione a una alimentazione sana ed equilibrata. Per valorizzare e diffondere il percorso di innovazione sostenibile perseguito ogni giorno dall'azienda, sono **stati studiati una serie** di materiali di comunicazione che, con un linguaggio immediato e moderno, **accompagnano i clienti alla scoperta della bontà di ogni prodotto**, non solo dal punto di vista del gusto e dell'altissima qualità, ma **anche da quello della sostenibilità a 360°**.

Oltre 1.260.000 dem sui temi della sostenibilità inviate ai clienti



## Progetto "Innovation Lab"

Fratelli Carli ha collaborato al progetto Innovation Lab promosso dall'**industria grafica Eurostampa** in collaborazione con l'**Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo** e L'**University of Cincinnati DAAP**.

Gli studenti dell'**Università di Pollenzo** in sinergia con quelli dell'**Università di Cincinnati** sono stati sollecitati a ideare l'etichetta di un prodotto Fratelli Carli nel rispetto dell'identità e del valore del marchio. Dato il prodotto, gli studenti di Pollenzo hanno elaborato i brief creativi in grado di comunicare elementi e valori in linea con le aspettative della generazione Z. Gli studenti del DAAP, nel ruolo dell'agenzia grafica, hanno invece sviluppato i bozzetti che sono poi stati finalizzati su carta, con le soluzioni tecnico-creative più idonee, da Eurostampa.

Il risultato è stato il prototipo di un'etichetta del Pesto Carli vista con gli occhi delle nuove generazioni.

## L'Accademia Ligure Agroalimentare

Fratelli Carli ha avuto il privilegio di essere uno dei soci fondatori della **Fondazione ITS Accademia Ligure dell'Agroalimentare**, un Istituto Tecnico Superiore con sede ad Imperia, specificatamente incentrato sullo **studio delle tecniche di produzione e trasformazione della filiera olivicola-olearia**. Partecipando attivamente all'Accademia, l'azienda ha la possibilità di collaborare con altre istituzioni, produttori, esperti per formare professionisti del settore e promuovere la sostenibilità, l'innovazione e la qualità nel sistema agroalimentare ligure.

I corsi dell'ITS a indirizzo agroalimentare hanno preso il via quest'anno e rappresentano un'importante ricchezza per il territorio e per i giovani. L'Accademia mira a formare professionisti specializzati che possano, da una parte, migliorare le pratiche agricole e le tecniche di produzione, guardando alla sostenibilità di tutta la filiera dell'olivo e dell'olio e, dall'altra, acquisire tecniche di marketing utili alla promozione dell'immagine e della reputazione del settore agroalimentare ligure a livello nazionale e internazionale.

**La "Carta dei Musei dell'Olivo e dell'Olio del Mediterraneo": una rete estesa di musei tematici che si prefiggono di veicolare i valori e la civiltà dell'olivo e di sviluppare azioni che sappiano tutelarli e valorizzarli.**

## Il Museo dell'Olivo Carlo Carli

**Il Museo dell'Olivo Carlo Carli**, fondato a Imperia dalla famiglia Carli nel 1992, ospita una delle più importanti collezioni private italiane di reperti archeologici, oggetti rari, contenitori, lumi, nonché una ricca biblioteca, il tutto interamente dedicato alla cultura dell'olivo. La collezione è stata raccolta nel corso di molti decenni ed è stata anche dichiarata di **"Eccezionale interesse archeologico"** dalla Soprintendenza Archeologica della Liguria e sottoposta a **Vincolo Ministeriale**. L'olivo e l'olio di oliva hanno avuto un ruolo da protagonisti nella storia delle prime civiltà, attraverso l'alimentazione, l'arte, la cultura, l'economia, il costume, la religione, la cosmetica.

Il Museo dell'Olivo Carlo Carli riveste un ruolo importante **nella valorizzazione e promozione del patrimonio immateriale e materiale dell'olivo e dell'olio d'oliva**, così come **della diffusione della Dieta Mediterranea**, riconosciuta dall'Unesco Patrimonio Immateriale dell'Umanità.

In questo solco si inserisce l'impegno del Museo dell'Olivo Carlo Carli come promotore della **"Carta dei Musei dell'Olivo e dell'Olio del Mediterraneo"**, una rete estesa di musei tematici che si prefiggono di veicolare i valori e la civiltà dell'olivo e di sviluppare azioni che sappiano tutelarli e valorizzarli. Consapevole di questo ruolo, il Museo dell'Olivo Carlo Carli ha partecipato quest'anno al **Convegno sugli Stati Generali dell'Archeologia Industriale**, portando il proprio contributo a quel **concetto di "Industria Culturale"**, così come definito dall'Unesco, e che **ben rappresenta il legame tra la Fratelli Carli e il suo Museo dell'Olivo Carlo Carli**.

In collaborazione con l'**Università degli Studi di Genova** ha poi collaborato quest'anno al **progetto di ricerca "PatrimOlio culturale"** che si è concretizzato in una borsa di studio per un dottorato di ricerca dal titolo **"L'Olivo e l'olio a Bisanzio: dall'età classica a quella tardoantica tra mitologia, magia e religione"**. La ricerca si propone di indagare, partendo principalmente dai testi greci, in che modo il significato dell'olio e dell'olivo sia cambiato e si sia evoluto nel passaggio dall'epoca pagana a quella cristiana, anche attraverso lo studio dei testi e dei materiali del Museo dell'Olivo Carlo Carli.

# Oltre 100 archivi e musei di aziende italiane riuniti da Museimpresa

## Museimpresa

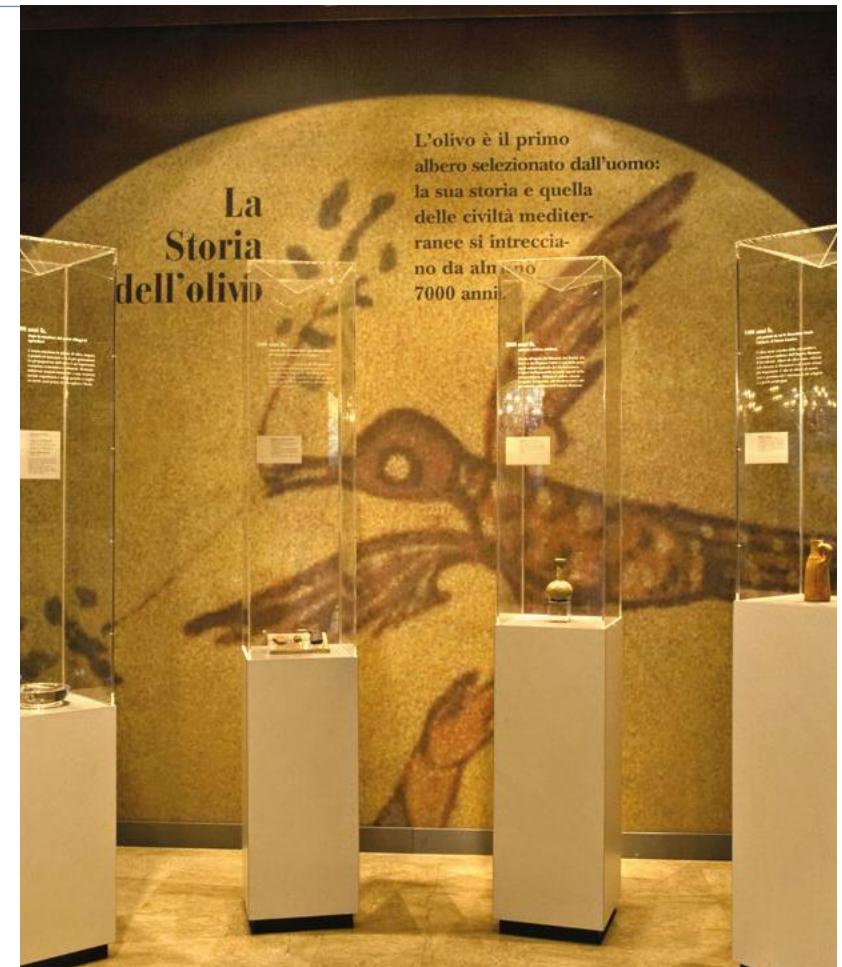
Nel corso del 2022, l'adesione del **Museo dell'Olivo Carlo Carli a Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, si è consolidata e rafforzata. Museimpresa riunisce oltre 100 archivi e musei di aziende italiane, sia di piccole che di grandi dimensioni. Questa scelta è stata fatta per contribuire concretamente agli obiettivi dell'Associazione, che includono la **salvaguardia della memoria dell'industria italiana e la valorizzazione delle capacità imprenditoriali come motore di sviluppo sostenibile**. Inoltre, l'adesione mira a facilitare la diffusione delle conoscenze ed esperienze tra diverse realtà museali e ad aumentare le attività di ricerca e formazione nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa.

In quest'ottica il Museo dell'Olivo Carlo Carli ha aderito, anche quest'anno, alle più significative attività dell'Associazione: **"La Giornata Internazionale dei Musei"** promossa da Icom, il progetto **"Bibliografia d'Impresa"** che ha dato vita ad una bibliografia condivisa e consultabile on line, la **"Settimana della Cultura d'Impresa"** e il progetto **"Itinerari Museimpresa"** in collaborazione con il Touring Club Italiano.

## Dicono di noi

**“** Grazie alla convenzione con il Museo dell'Olivo Carlo Carli, l'Università di Genova ha avviato presso il Dipartimento DIRAAS uno dei primi dottorati PNRR di materie umanistiche in Italia. La collaborazione con il Museo ha infatti aperto un progetto di ricerca sull'importanza dell'olio nella civiltà tardoantica, tra testi letterari, documenti e reperti. Vincitrice della borsa è la dottessa Martina Biamino, iscritta al curriculum Scienze dell'Antichità del dottorato "Lettere e Culture Classiche e Moderne" coordinato dal prof. Massimo Bonafin.

**Pia Carolla**  
Professoressa associata di Civiltà bizantina.  
Dipartimento DIRAAS (Italianistica, Romanistica, Antichistica, Arti e Spettacolo). Università di Genova



Inquadra il **QRcode** per scoprire il **Museo dell'Olivo Carlo Carli**



## NOTA METODOLOGICA

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità con i principi di equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità, così come definito dai GRI Standard.

**Lucio Carli**  
Responsabile Divisione Cosmesi

**Claudia Carli**  
Responsabile Comunicazione Corporate

**Gian Franco Carli**  
Presidente e Amministratore Delegato

**Carlo Carli**  
Direttore Generale

# Nota metodologica

Il presente documento è stato predisposto in conformità con i **GRI – Global Reporting Initiative – Sustainability Reporting Standards pubblicati nel 2016**, ed aggiornati nel 2021. In particolare, il Report è stato redatto secondo l'opzione “*In accordance*” in conformità con i principi di equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, chiarezza e affidabilità, così come definito dai GRI Standards. Il documento evidenzia sia punti di forza che punti di debolezza, nonché potenziali aree di miglioramento. La raccolta dei dati e il processo di reporting sono strutturati al fine di garantire la comparabilità e la corretta interpretazione delle informazioni da parte dei principali stakeholders interessati nell’evoluzione delle performance. Inoltre, l’azienda applica il principio di precauzione in tutte le sue attività.

Al fine di proseguire con un approccio di **miglioramento continuo** sono stati definiti gli obiettivi strategici e gestionali per i successivi anni di rendicontazione, riportati all'inizio di ciascuna sezione del Report insieme agli **highlights di sostenibilità** dell'azienda. In calce al documento, nell'apposita sezione “Appendice”, sono presenti le tabelle e i dati di dettaglio che rendicontano gli indicatori collegati ai temi materiali di Fratelli Carli.

L’analisi del contesto operata ai fini dell’aggiornamento della materialità ha altresì consentito all’azienda di focalizzare l’attenzione sulle sfide internazionalmente riconosciute dall’Agenda

2030 delle Nazioni Unite e selezionare 7 dei **17 Sustainable Development Goal** (SDG – Obiettivi di Sviluppo Sostenibile)<sup>8</sup> su cui Fratelli Carli può contribuire maggiormente tramite le proprie attività, legandoli agli obiettivi aziendali di sostenibilità. In particolare, l’azienda ha posto l’accento sugli **SDG 3, 7, 8, 12, 14, 15, 17**. Ogni obiettivo di sostenibilità, nella propria sezione all’interno del Report, presenta le icone degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile correlati.

<sup>8</sup> Il 25 settembre 2015, i 193 Paesi Membri della Nazioni Unite hanno approvato all'unanimità l'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile e i relativi 17 Obiettivi (Sustainable Development Goal – SDG nell'acronimo inglese), articolati in 169 Target da raggiungere entro il 2030. L'Italia ha avuto un ruolo centrale nei negoziati e ha assunto impegni concreti per il perseguimento degli obiettivi internazionali. Data la portata della sfida, ogni attore, pubblico e privato, rispetto alla propria sfera di influenza e di azione, è chiamato ad agire.

## Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo

Il perimetro di rendicontazione comprende la società Fratelli Carli S.p.A. S.B. la cui sede è sita in via Garessio 11, Imperia. Inoltre, per gli aspetti relativi al consumo energetico e alle relative emissioni GHG, i dati si riferiscono allo stabilimento/sede di Imperia, allo stabilimento di Gazzelli e ai depositi di proprietà (Assago, Pognano). Per quanto riguarda i dati relativi alla gestione dei rifiuti e dell'acqua, i dati si riferiscono per rilevanza alle sedi di Imperia e Gazzelli.

Per gli aspetti relativi al personale i dati si riferiscono allo stabilimento/sede, allo stabilimento di Gazzelli, ai depositi di proprietà e agli Empori. Il presente Report di Sostenibilità viene rivisto ed approvato nella sua interezza dal Consiglio di Amministrazione.

Le informazioni contenute nel Report sono basate sui dati raccolti nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022.

Di seguito sono riportate le principali metodologie di calcolo utilizzate:

- **Emissioni dirette Scope 1:** per i consumi di gas naturale, benzina, diesel e GPL sono stati utilizzati i fattori di emissione tratti dalla tabella dei parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (2020-2021-2022); per le perdite di gas refrigeranti dei condizionatori è stato utilizzato il GWP fornito dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito) per il biennio 2020-2021 e l'AR6 (Sixth Assessment Report) IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) per il 2022.
- **Emissioni indirette Scope 2:**
  - *Location-based:* queste emissioni sono state calcolate moltiplicando l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale per il fattore di emissione tratto da Confronti internazionali Terna su dati Enerdata – dati 2017, 2018, 2019;
  - *Market-based:* queste emissioni risultano pari a 0 in quanto l'azienda si approvvigiona unicamente da fonti di energia elettrica rinnovabile ed è quindi assunto un fattore di emissione virtuale pari a zero.

### • Altre emissioni indirette Scopo 3:

- *Categoria 1 – Beni e servizi acquistati:* le emissioni sono state calcolate sulla base dei quantitativi di materiali acquistati dall'azienda valorizzando il luogo di provenienza. Ad ogni materiale è stato attribuito uno specifico fattore di emissione tratto dalla banca dati Ecoinvent o da studi LCA interni e/o dei fornitori. Inoltre, è stato valutato l'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili da parte dei fornitori, riducendo di conseguenza il fattore di emissione corrispondente, oltre alla quota parte di riciclato per ogni tipologia di materiale. Infine, all'interno di tale categoria sono ricomprese le emissioni derivanti dal consumo di acqua. In questo caso il fattore di emissione deriva dalla banca dati DEFRA, così come per i servizi acquistati dall'azienda.
- *Categoria 2 – Beni strumentali:* il calcolo delle emissioni considera come dato primario i beni identificati come cespiti da Fratelli Carli. In particolare, sono stati presi in considerazione i beni la cui spesa ha superato i 10.000€. In questo caso sono stati utilizzati i fattori di emissione DEFRA.

- *Categoria 3 - Attività connesse al consumo di combustibili e energia:* le emissioni sono calcolate moltiplicando le quantità di combustibile, elettricità ed energia termica per i fattori di emissione upstream rilevanti. In questo caso il dato di attività considera anche i consumi imputabili ai depositi non di proprietà e agli Empori. I fattori di emissione derivano dal DEFRA.

- *Categoria 4 – Trasporto e distribuzione upstream:* le emissioni relative alla logistica si dividono in:
  - materiali in ingresso: ovvero tutti i materiali in input al processo produttivo;
  - materiali in uscita: relativo alla distribuzione del prodotto finito e alle consegne ad opera dei padroncini.

In entrambi i casi il calcolo si basa sulla distanza percorsa, il peso trasportato e la modalità di trasporto (es. camion, treno, nave). In alcuni casi, è disponibile il dato primario di consumo di combustibile ad opera dei fornitori dei servizi di logistica. Anche in questo caso il fattore di emissione utilizzato deriva dalla banca dati DEFRA.

- *Categoria 5 – Rifiuti generati dall’azienda:* a partire dal MUD e dai rispettivi codici CER, i dati sono espressi in kg e successivamente combinati con i fattori di emissione della banca dati Ecoinvent, e in via residuale dal DEFRA, relativi al trattamento dei rifiuti.

- *Categoria 6 – Viaggi di lavoro:* le emissioni sono state calcolate considerando la distanza percorsa (km) e il tipo di mezzo di trasporto utilizzato dal personale per i viaggi di lavoro. Le distanze sono poi state moltiplicate per il fattore di emissione specifico tratto dal DEFRA. Si segnala che per le tratte via treno in Italia, invece, è stato utilizzato un fattore di emissione ricavato dal Report di Sostenibilità di Trenitalia.

- *Categoria 7 – Tragitto casa-lavoro:* per tale categoria è stato sviluppato un questionario *ad hoc* sottoposto al personale al fine di conoscere la distanza percorsa dai collaboratori di Fratelli Carli nel tragitto casa-lavoro e il mezzo di trasporto utilizzato. I fattori di emissione utilizzati derivano dalla banca dati del DEFRA.

- **Emissioni evitate:** le emissioni evitate sono state calcolate moltiplicando l’energia elettrica totale prodotta tramite pannelli fotovoltaici ed espressa in kWh, per il fattore di emissione *residual mix* tratto da AIB, Association of Issuing Bodies, 2020-2021-2022.

- **Infortuni sul lavoro:**

- tasso di infortuni sul lavoro registrabili: rapporto fra il numero di infortuni sul lavoro registrabili, ad esclusione degli infortuni in itinere, e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000;
- tasso di infortuni con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi): rapporto tra il numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000;
- tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro: rapporto fra il numero totale di decessi risultanti da infortuni sul lavoro e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

Gli indicatori quantitativi non riferiti ad alcuna general o topic-specific disclosure dei GRI Standards, riportati in corrispondenza delle pagine indicate nel Content Index, non sono oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A.

## Tabella di raccordo GRI - Temi materiali

TEMATICA	TEMI MATERIALI	GRI STANDARD
<b>Persone</b> 	Sicurezza e diritti dei dipendenti Benessere e sviluppo delle persone Diversità e Pari opportunità Soddisfazione dei clienti	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro GRI 406: Non discriminazione GRI 404: Formazione e istruzione GRI 401: Occupazione GRI 405: Diversità e pari opportunità GRI 417: Marketing ed etichettatura
<b>Materiali e prodotti</b> 	Sicurezza alimentare Qualità ed eccellenza dei prodotti Sostenibilità dei materiali ed eco-design del prodotto	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti GRI 301: Materiali
<b>Filiera di fornitura</b> 	Gestione responsabile della catena di fornitura Valorizzazione delle comunità locali	GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori GRI 201: Performance economiche GRI 204: Pratiche di approvvigionamento
<b>Energia e risorse</b> 	Climate Action Riduzione degli impatti della produzione	GRI 302: Energia GRI 305: Emissioni GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti GRI 303: Acqua e scarichi idrici
<b>Cultura e tradizione mediterranea</b> 	Promozione di stili di vita sani attraverso il Made in Italy	-
<b>Conduzione etica del business</b> 	Conduzione etica del business Rispetto della privacy	GRI 205: Anticorruzione GRI 418: Privacy dei clienti

# Profilo d'impatto

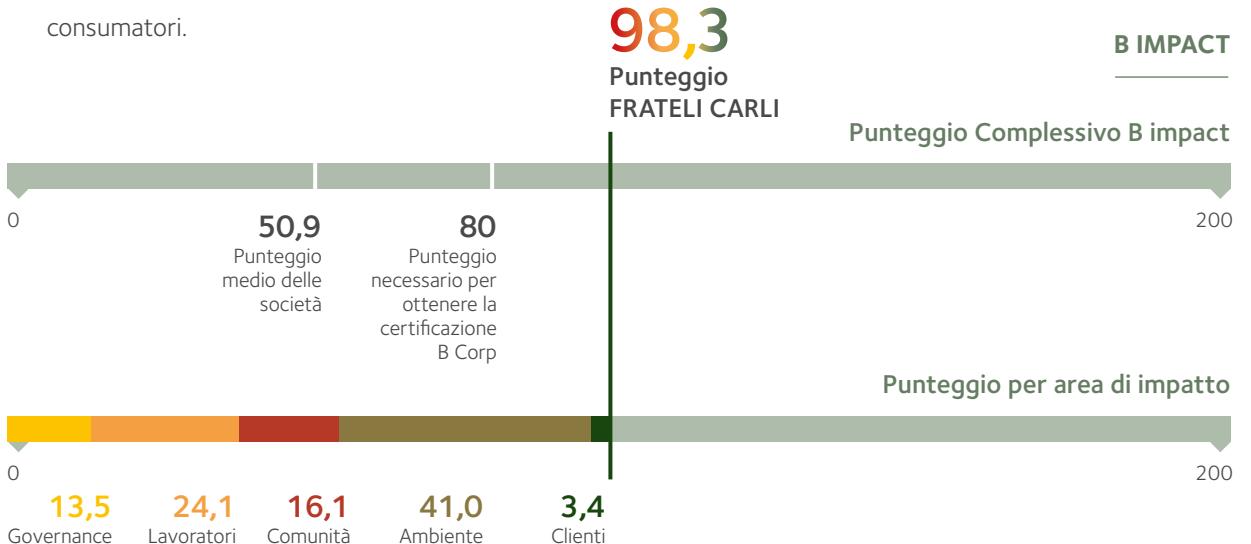
Per ottemperare agli obblighi di legge e rendicontare l'impatto generato dall'azienda, Fratelli Carli utilizza lo standard di terza parte B Impact Assessment. L'attività di misurazione dei propri impatti per l'anno di rendicontazione 2019 si è conclusa con l'ottenimento di un punteggio pari a 98,3, confermando un trend di costante miglioramento delle performance di sostenibilità dell'azienda di anno in anno.

Fratelli Carli, in vista dell'aggiornamento della Certificazione B Corp prevista per il 2023, si è nuovamente misurata con lo standard B Impact Assessment di B Lab utilizzando i dati relativi all'anno 2022. Il percorso di ricertificazione si completerà nel corso del prossimo anno con la conseguente validazione del nuovo punteggio ottenuto dall'azienda.

Il risultato del B Impact Assessment è espresso con un punteggio complessivo relativo all'azienda, compreso tra 0 e 200, dettagliato nelle cinque aree di impatto principali considerate:

- **Governance:** tematiche relative all'etica, alla trasparenza e alla mission societarie;
- **Dipendenti:** tematiche relative alla salute e sicurezza, al benessere e al grado di soddisfazione dei dipendenti;
- **Comunità:** tematiche relative all'inclusione, alla gestione della catena di fornitura e all'impegno civico della società;
- **Ambiente:** tematiche relative al cambiamento climatico e alla gestione delle risorse naturali;
- **Clienti:** tematiche relative all'interazione con i consumatori.

Il B Impact Report di Fratelli Carli, completo e certificato da B Lab (organizzazione non profit che affianca il movimento B Corp a livello internazionale), è liberamente consultabile al seguente link: <https://bcorporation.eu/directory/fratelli-carli-spa>.



# Appendice

## Indicatori economici

PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 201-1   Valore economico direttamente generato e distribuito (€)			
	2020	2021	2022
Valore economico direttamente generato	159.734.113	155.247.840	158.844.271
Valore economico distribuito	148.433.564	147.958.061	156.557.805
Costi operativi	128.123.856	128.187.903	138.168.603
Salari e benefit dei dipendenti	17.667.762	17.905.787	17.756.037
Pagamenti ai fornitori di capitale	887.615	932.420	1.302.152
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	1.754.331	931.951	-668.988
Investimenti nella comunità	79.369	152.695	220.776
Valore economico trattenuto	11.300.549	7.289.778	2.286.466

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 204-1   Proporzione di spesa verso i fornitori locali (%)			
	2020	2021	2022
Budget di approvvigionamento speso per fornitori locali	72%	74%	77%

**ANTICORRUZIONE****GRI 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese (n)**

	2020	2021	2022
Episodi di corruzione accertati	0	0	0
Cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro l'organizzazione o i suoi dipendenti	0	0	0



## Indicatori sociali

	INFORMATIVA GENERALE		
	GRI 2-7 <sup>9</sup>   Dipendenti (n)		
	2020	2021	2022
<b>Dipendenti</b>			
<i>Donne</i>	373	381	378
<i>Uomini</i>	178	187	190
<b>Contratto Full-Time</b>	195	194	188
<i>Donne</i>	263	263	277
<i>Uomini</i>	86	93	108
<b>Contratto Part-Time</b>	177	170	169
<i>Donne</i>	110	118	101
<i>Uomini</i>	92	94	82
<b>Contratto a tempo indeterminato</b>	18	24	19
<i>Donne</i>	336	346	342
<i>Uomini</i>	160	168	165
<b>Contratto a tempo determinato</b>	176	178	177
<i>Donne</i>	37	35	36
<i>Uomini</i>	18	19	25
	19	16	11
<b>Non dipendenti</b>			
<i>Interinali</i>			4

<sup>9</sup> I dipendenti dell'azienda sono tutti localizzati in Italia, non sono presenti dipendenti con orari non garantiti e non vi sono dipendenti che non si identificano nei generi femminile/maschile.

**OCCUPAZIONE****GRI 401-1 | Nuove assunzioni (n)**

	2020	2021	2022
<b>Assunzioni totali</b>	<b>128</b>	<b>125</b>	<b>133</b>
<b>Genere</b>			
Donne	65	65	73
Uomini	63	60	60
<b>Fascia d'età</b>			
<30 anni	25	53	67
30 ≤ x ≤ 50 anni	43	51	49
>50 anni	22	21	17

**GRI 401-1 | Turnover (n)**

	2020	2021	2022
<b>Cessazioni totali</b>	<b>114</b>	<b>117</b>	<b>136</b>
<b>Genere</b>			
Donne	54	56	70
Uomini	60	61	66
<b>Fascia d'età</b>			
<30 anni	58	47	61
30 ≤ x ≤ 50 anni	30	43	53
>50 anni	26	27	22

**SALUTE E SICUREZZA****GRI 403-9 | Infortuni sul lavoro**

	U.M.	2020	2021	2021
<b>Dipendenti</b>				
Numero totale di ore lavorate	n.	614.952	634.763	602.220
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	2	1	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso di infortunio	Tasso	0,65	0,32	0,0
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0	0,0
<b>Lavoratori non dipendenti, ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione</b>				
Numero totale di ore lavorate	n.	85.322	91.024	90.007
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso di infortunio	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0	0,0

**FORMAZIONE****GRI 404-1 | Ore medie di formazione annua per dipendente (h)**

	2020	2021	2022
<b>Genere</b>			
Donne	5,99	13,3	14,1
Uomini	8,2	7,6	9
<b>Categoria professionale</b>			
Dirigenti	7,5	32,1	9,6
Quadri	9,6	20,9	17,8
Impiegati	7,9	12,6	13,8
Operai	5,4	3,6	5,6



**DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ****GRI 405-1 | Diversità negli organi di governo (n. e %)**

	2020		2021		2022	
	n.	%	n.	%	n.	%
<b>Genere</b>						
Donne	1	20	1	20	1	20
Uomini	4	80	4	80	4	80
<b>Fascia d'età</b>						
<30 anni	0	0	0	0	0	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	2	40	2	40	2	40
>50 anni	3	60	3	60	3	60

**GRI 405-1 | Diversità tra i dipendenti (n. e %)**

Categoria professionale	2020		2021		2022	
	n.	%	n.	%	n.	%
<b>Genere</b>						
<b>Dirigenti</b>	<b>4</b>	<b>1,1</b>	<b>4</b>	<b>1,1</b>	<b>4</b>	<b>1,1</b>
Donne	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Uomini	4	2,1	4	2,1	4	2,1
<b>Quadri</b>	<b>11</b>	<b>2,9</b>	<b>11</b>	<b>2,9</b>	<b>11</b>	<b>2,9</b>
Donne	5	2,8	4	2,1	4	2,1
Uomini	6	3,1	7	3,6	7	3,7
<b>Impiegati</b>	<b>241</b>	<b>64,6</b>	<b>253</b>	<b>66,4</b>	<b>256</b>	<b>67,7</b>
Donne	152	85,4	163	87,2	167	87,9
Uomini	89	45,6	90	46,4	89	47,3
<b>Operai</b>	<b>117</b>	<b>31,4</b>	<b>113</b>	<b>29,6</b>	<b>107</b>	<b>28,3</b>
Donne	21	11,8	20	10,7	19	10,0
Uomini	96	49,2	93	47,9	88	46,8

segue



Fascia d'età	2020		2021		2022	
	n.	%	n.	%	n.	%
<30 anni	26	7,0	28	7,0	32	8,5
<i>Dirigenti</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Quadri</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Impiegati</i>	23	9,5	25	9,9	31	12,1
<i>Operai</i>	3	2,6	3	2,7	1	0,9
30 ≤ x ≤ 50 anni	184	49,3	176	46,2	162	42,9
<i>Dirigenti</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Quadri</i>	3	27,3	2	18,2	1	9,1
<i>Impiegati</i>	142	58,9	136	53,8	130	50,8
<i>Operai</i>	39	33,3	38	33,6	31	29,0
>50 anni	163	43,7	177	46,5	184	48,7
<i>Dirigenti</i>	4	100,0	4	100,0	4	100,0
<i>Quadri</i>	8	72,7	9	81,8	10	90,9
<i>Impiegati</i>	76	31,5	92	36,4	95	37,1
<i>Operai</i>	75	64,1	72	63,7	75	70,1

## PRIVACY DEI CLIENTI

GRI 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti (n)

	2020	2021	2022
Numero totale di reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti	3	8	3
<i>Di cui ricevuti da soggetti esterni</i>	3	8	3
<i>Di cui provenienti da organi di controllo</i>	0	0	0

GRI 418-1 | Casi di perdita di dati dei clienti (n)

	2020	2021	2022
Numero totale di furti o perdite identificati di dati dei clienti	6	1	2

## Indicatori ambientali

	MATERIALI		
	GRI 301-1   Consumo di materiali (ton)		
	2020	2021	2022
<b>Materiali di processo e per il packaging</b>	<b>9.310</b>	<b>8.661</b>	<b>8.701</b>
Plastica	89	76	91
Carta e cartone	2.952	2.712	2.639
Legno	186	185	214
Banda stagnata	182	204	178
Alluminio	22	18	26
Vetro	5.879	5.466	5.553
<b>Materie prime alimentari</b>	<b>28.244</b>	<b>17.836</b>	<b>17.252</b>
Olio	27.747	17.431	16.925
Olive per frantoio	246	83	28
Altri materiali (es. polpa di pomodoro, basilico, formaggio)	230	322	299
<b>Prodotti finiti acquistati da terzi</b>	<b>1.796</b>	<b>1.511</b>	<b>1.240</b>
Prodotti "Mare" (es. tonno, ventresca, acciughe)	420	409	303
Dolci delle feste (es. panettoni, colombe)	205	222	210
Saponi	273	133	123
Pasta secca	136	184	154
Olive / Patè di olive	81	144	127
Altri prodotti finiti (es. grigliati, marmellate, focaccia, zuppe)	398	419	323

segue



	2020	2021	2022
<b>Prodotti mediterranea</b>			
Bulk		104	67
Plastica		20	12
Carta		33	22
Vetro		13	7
Alluminio		0	0
Legno		1	1
Sapone solido		0	8
<b>Totale materiali</b>	<b>39.330</b>	<b>28.179</b>	<b>27.311</b>

**ALTRI MATERIALI (I)**

	2020	2021	2022
Vino	149.940	239.540	225.153
Aceto	132.895	117.075	107.419
Sapone liquido, smacchio, crema mani	98.331	94.046	81.196
<b>Totale altri materiali</b>	<b>381.166</b>	<b>450.661</b>	<b>413.768</b>

**ENERGIA****GRI 302-1 | Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili**

		U.M.	2020	2021	2022
Diesel		l	100.500	93.510	78.439
GPL		l	9.087	7.214	6.789
Gas naturale		Stdm <sup>3</sup>	713.038	606.787	494.608
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	l	135.445	148.654	140.713
	Benzina	l	7.799	11.393	17.742

**GRI 302-1 | Consumo di energia indiretta (kWh)**

		2020	2021	2022
Consumo di energia elettrica acquistata <sup>10</sup>		4.873.655	4.710.066	4.390.260
di cui con certificazione da fonte rinnovabile		4.873.655	4.710.066	4.390.260

**GRI 302-1 | Energia elettrica prodotta (kWh)**

		2020	2021	2022
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e venduta		86.865	94.209	68.574
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e consumata		882.177	926.070	897.286

<sup>10</sup> I consumi di energia elettrica si riferiscono solo alle sedi di Imperia e Gazzelli e ai due depositi di proprietà (Assago, Pognano).

**GRI 302-1 | Energia consumata (GJ)**

	2020	2021	2022
Diesel	8.376	8.669	7.845
GPL	216	171	161
Benzina	227	334	520
Gas naturale	25.172	21.408	17.450
Energia elettrica	20.721	20.290	19.035
<b>Totale</b>	<b>54.713</b>	<b>50.872</b>	<b>45.011</b>

**EMISSIONI****GRI 305-1 | Emissioni Scope 1 (tCO<sub>2</sub>eq)**

	2020	2021	2022
Diesel	616	641	580
GPL	14	11	10
Benzina	17	24	38
Gas naturale	1.408	1.203	985
Perdite di gas refrigeranti	253	228	154
<b>Totale Scope 1</b>	<b>2.308</b>	<b>2.107</b>	<b>1.767</b>

**GRI 305-2 | Emissioni Scope 2 (tCO<sub>2</sub>eq)**

	2020	2021	2022
Location-Based	1.638	1.484	1.383
Market-Based <sup>11</sup>	0	0	0

<sup>11</sup> Le emissioni Scope 2 calcolate con il metodo *market based* sono nulle perché l'azienda consuma energia elettrica proveniente totalmente da fonti rinnovabili, in parte prodotta autonomamente tramite pannelli fotovoltaici, in parte acquistata e certificata da fonte 100% rinnovabile.

GRI 305-3 | Emissioni Scope 3 (tCO<sub>2</sub>eq)

	2021	2022
1. Beni e servizi acquistati	61.226	50.749
2. Beni strumentali	1.300	1.579
3. Attività connesse al consumo di combustibili e energia	401	353
4. Trasporto e distribuzione upstream – in entrata	2.639	3.031
Trasporto e distribuzione upstream – in uscita	3.472	3.937
5. Rifiuti generati dall'azienda	645	362
6. Viaggi di lavoro	0,4	4
7. Tragitto casa-lavoro	155	147
Totale Scope 3	69.839	60.162



## ACQUA

## GRI 303-3 | Prelievo idrico per fonte (ML)

	2020	2021	2022
Prelievo da pozzi	189	124	70
Prelievo da acquedotto	14	15	13
<b>Totale prelievo idrico</b>	<b>203</b>	<b>139</b>	<b>83</b>

## GRI 303-4 | Scarico idrico per destinazione (ML)

	2020	2021	2022
Scarico in impianto comunale	200	133	80
<b>Totale scarico idrico</b>	<b>200</b>	<b>133</b>	<b>80</b>

## GRI 303-5 | Consumo di acqua (ML)

	2020	2021	2022
Prelievo idrico totale	203	139	83
Scarico idrico totale	200	133	80
<b>Consumo totale di acqua</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>3</b>

**RIFIUTI****GRI 306-3/306-4/306-5 | Rifiuti prodotti, non destinati a smaltimento e destinati a smaltimento (t)**

		2020	2021	2022
<b>Solventi di laboratorio</b>		<1	<1	<1
Packaging	Carta	447	401	390
	Plastica	21	22	25
	Vetro	29	34	41
Rifiuti alimentari		24	17	8
Toner delle stampanti		0	<1	<1
Rottami di alluminio		2	5	4
Terre decoloranti da filtrazione		257	179	195
Oli e grassi commestibili		1	2	1
Fanghi prodotti da operazioni del frantoio		478	219	56
Altri differenziati		5.848	5.035	4.360
Rifiuti urbani non differenziati		7	3	0
<b>Totale</b>		<b>7.114</b>	<b>5.917</b>	<b>5.080</b>
<i>di cui pericolosi</i>		12	12	2
<i>di cui non pericolosi</i>		7.102	5.905	5.078
<i>di cui inviati a riciclo/recupero</i>		6.431	5.385	4.747
<i>di cui non inviati a riciclo/recupero</i>		683	532	333

# GRI Content Index

Il materiale contenuto nel presente Report di Sostenibilità fa riferimento alle seguenti Informative GRI. Se non altrimenti specificato, le Informative citate sono state utilizzate nella loro interezza.

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
<b>L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione</b>			
GRI 2-1	Dettagli organizzativi	Pag. 20	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Pag. 20	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Pag. 20	sosteniamoci@oliocarli.it
GRI 2-4	Revisione delle informazioni		Non presenti
GRI 2-5	Assurance esterna	Pagg. 138-140	
<b>Attività e lavoratori</b>			
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pag. 35	
GRI 2-7	Dipendenti	Pag. 117	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	Pag. 117	
<b>Governance</b>			
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	Pag. 20	
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Pag. 20	
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	Pag. 20	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Pag. 22	
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Pag. 22	
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Pag. 20	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
GRI 2-15	Conflitti d'interesse	Pag. 23	
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	Pag. 23	
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Pag. 20	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo		Il Consiglio di Amministrazione non è sottoposto a valutazione della performance con riferimento alla supervisione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Pag. 22	
GRI 2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Pag. 22	
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale		Vincoli di riservatezza
<b>Strategia, politiche e prassi</b>			
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Pagg. 29-30	
GRI 2-23	Impegno in termini di policy	Pagg. 22-23	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	Pagg. 22-23	
GRI 2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	Pagg. 22-23	
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pag. 26	
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Pag. 23	
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	Pag. 23	
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 40	
GRI 2-30	Contratti collettivi	Pag. 59	
<b>Temi materiali</b>			
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Pagg. 34-39	
GRI 3-2	Elenco dei temi materiali	Pagg. 36-39	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
<b>Valorizzazione delle comunità locali</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 41; pag 82	
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 41	
GRI 204-1	Proporzione di spesa verso i fornitori locali	Pag. 82	
<b>Conduzione etica del business</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 116	
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Pag. 116	
<b>Sostenibilità dei materiali ed eco-design di prodotto</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 66-77	
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	Pagg. 123-124	
<b>Climate Action</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 88-99	
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Pagg. 125-126	
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Pag. 126	
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 126	
GRI 305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Pag. 127	
<b>Riduzione degli impatti della produzione</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 88-99	
GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 99	
GRI 303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Pag. 99	
GRI 303-3	Prelievo idrico per fonte	Pag. 128	
GRI 303-4	Scarichi idrici	Pag. 128	
GRI 303-5	Consumi idrici	Pag. 128	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Pagg. 97-99	
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pagg. 97-99	
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	Pag. 129	
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	Pag. 129	
GRI 306-5	Rifiuti destinati a smaltimento	Pag. 129	
<b>Gestione responsabile della catena di fornitura</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 78-87	
GRI 308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali		Nel 2022 non sono stati inseriti nuovi fornitori
GRI 414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali		Nel 2022 non sono stati inseriti nuovi fornitori
<b>Sicurezza e diritti dei dipendenti</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 50-65	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 58-59	
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 59	
GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro		
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 58-59	
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 58-59	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pagg. 58-59	
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pagg. 58-59	
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	Pagg. 58-59; pag 119	
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Pag. 59	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
<b>Benessere e sviluppo delle persone</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 50-65	
GRI 401-1	Nuove assunzioni e <i>turnover</i>	Pag. 56; pag 118	
GRI 401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Pag. 57	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua dei dipendenti	Pag. 120	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 20; pagg. 50-65	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Pag. 20; pagg. 121-122	
<b>Sicurezza alimentare</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 70-71	
GRI 416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Pagg. 70-71	
<b>Qualità ed eccellenza dei prodotti</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 70-71	
GRI 417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Pagg. 70-71	
<b>Rispetto della privacy</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 50-65	
GRI 418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei clienti	Pag. 63; pag 122	
<b>Promozione di stili di vita sani attraverso il made in Italy</b>			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 100-107	





## **RELAZIONE SOCIETÀ DI REVISIONE**

---





EY S.p.A.  
Via XX Settembre, 42  
16121 Genova

Tel. +39 010 5308111  
Fax: +39 010 588636  
ey.com

# Relazione Società di Revisione

## Relazione della società di revisione indipendente sul Report di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione della  
Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("*limited assurance engagement*") del Report di Sostenibilità della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit (di seguito anche "la Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

### Responsabilità degli Amministratori per il Report di Sostenibilità

Gli Amministratori della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit sono responsabili per la redazione del Report di Sostenibilità in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" del Report di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Report di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi della Società in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1* (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

EY S.p.A.  
Sede Legale: Via Moravini, 12 – 20123 Milano  
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 60187 Roma  
Capitale Sociale Euro 2.525.000.000 i.v.  
Iscritta al Tribunale di Roma con numero d'iscrizione 00434006581 - Numero R.E.A. di Milano 696158 - P.IVA 00891231003  
Iscritta al Registro Revisioni Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - N° Sone Speciale del 17/2/1992  
Iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione  
Consolo al progressivo n. 2 delibera n. 10831 del 16/7/1997  
  
A member firm of Ernst & Young Global Limited

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Report di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Report di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Report di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Report di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Report di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
  2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Report di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio della Società;
  3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Report di Sostenibilità.
- In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Società e del sito produttivo di Gazzelli e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Report di Sostenibilità.
- Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:
- a livello di azienda:
    - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Report di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
    - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
  - Per la sede di via Garessio, che abbiamo selezionato sulla base della sua attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione e della sua ubicazione, abbiamo effettuato incontri nel corso dei quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

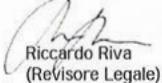


#### Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Report di Sostenibilità della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Report di Sostenibilità.

Genova, 12 luglio 2023

EY S.p.A.



Riccardo Riva  
(Revisore Legale)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Riccardo Riva', is placed above the printed name and title.



Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Via Garessio 11, 18100 Imperia

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