



Report di Sostenibilità

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

2021

Il nostro Progresso Responsabile:
tradizione, eccellenza, ambiente



Report di Sostenibilità 2021

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

INDICE

Lettera del Presidente

7

Fratelli Carli

10

Un'azienda di famiglia

10

Una storia di eccellenza ultracentenaria

12

Cura, passione, tradizione

14

I prodotti

16



Responsabilità, etica e trasparenza

20

Il nostro Progresso Responsabile: tradizione, eccellenza, ambiente

24

B Corp Certificata

28

Fratelli Carli diventa anche Società Benefit

27

I Pilastri di Sostenibilità

28

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

29

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

30

Una visione di lungo termine

36



Prodotti e Materiali

61

Solo prodotti di altissima qualità

64

Filiera di fornitura

73

La nostra filiera e il valore del territorio

76

Energia e Risorse

83

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

86

Cultura e tradizione mediterranea

93

Cultura, tradizione, sostenibilità

96



Nota metodologica

100

Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo

103

L'analisi di materialità

104

Tabella di raccordo GRI – Temi materiali

105

Profilo d'impatto di Fratelli Carli Società Benefit

106

Appendice

107

Indicatori economici

107

Indicatori sociali

108

Indicatori ambientali

114

GRI Content Index

120

Relazione Società di Revisione

128

“Essere diventati Società Benefit è l’ulteriore dimostrazione del nostro impegno concreto per l’innovazione sostenibile, che si traduce anche nella nostra volontà di proteggere la missione sociale.”



Lettera del Presidente

Sono profondamente orgoglioso di poter presentare la **seconda edizione del Report di Sostenibilità** di Fratelli Carli nel quale sono racchiuse non solo le testimonianze delle molteplici attività portate avanti durante il 2021, ma anche il sentire profondo della nostra famiglia e di tutti i collaboratori sul tema del Progresso Responsabile.

Per tutti noi **la sostenibilità è parte fondamentale del lavoro quotidiano**, l'unica strada per garantirci una possibilità di futuro. Partendo da questa convinzione ci siamo impegnati, già a partire dal 2010, in un progetto concreto: contribuire a una **nuova idea di progresso ispirato** alla condivisione del benessere e al rispetto dell'ambiente.

Un percorso che ci ha portato ad essere la **prima azienda produttiva italiana Certificata B Corp nel 2014** e, nel 2019, a scegliere di diventare **Società Benefit**, acquisendo una forma giuridica in grado di riconoscere e proteggere nel tempo i principi ed i valori sui quali la nostra azienda si fonda, da sempre.

Nell'anno appena trascorso sono stati **raggiunti obiettivi importanti** che rappresentano, a loro volta, il punto di partenza di nuovi progetti di ampio respiro in cui crediamo fortemente.

Il Report è dunque il racconto di questo viaggio appassionato **che segue il percorso tracciato dalle tematiche dei nostri Pilastri di Sostenibilità: Persone, Prodotti e Materiali, Filiera di Fornitura, Energia e Risorse, Cultura e Tradizione Mediterranea**.

Un impegno quotidiano che ci ha visto coinvolgere tutti i nostri **fornitori** in un processo di crescita continua, migliorare costantemente i servizi per i nostri **clienti**, creare benessere ed opportunità per i nostri **collaboratori**, essere punto di riferimento per la **comunità**, rendere sempre più sostenibile ogni nostro **prodotto**, pack o materiale di processo, intraprendere una mappatura delle nostre **emissioni** per diminuirle ulteriormente, impegnarci nella diffusione della **cultura mediterranea** attraverso il Museo dell'Olivo Carlo Carli.

Grazie dunque a tutti i collaboratori, clienti, fornitori che hanno reso possibile tutto questo e che sappiamo di avere al nostro fianco per quello che verrà.

Buona lettura.

Gian Franco Carli
Presidente e A.D.
Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

FRATELLI CARLI

“ 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



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 mediterranea 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 18 Empori** e può quindi offrire un modello di vendita omnicanale, in grado di fornire a ciascun cliente il miglior punto di contatto per le proprie esigenze.

18 Empori

“ Vedi, in conseguenza della nostra distribuzione esclusivamente diretta, direi addirittura personale, noi siamo in realtà una grande, grandissima famiglia, composta non solo dai parenti Carli ma anche dalle centinaia di migliaia di Clienti con i quali tutti i giorni dell'anno intratteniamo migliaia di rapporti.

Noi li chiamiamo “Amici Clienti” con le maiuscole e tali devono essere non a parole ma col cuore... Così da più di cinquant'anni io, tutti i giorni, prendo in esame quanto ci mandano a dire i clienti per posta o per telefono. In questo modo verifico il gradimento del prodotto, il funzionamento del servizio di consegna, l'emergere di una lamentela, e posso reagire velocemente. La più grande soddisfazione è sapere che i clienti, proprio tutti, sono soddisfatti di avere scelto la nostra famiglia.

Lettera di **Carlo Carli al nipote Carlo**
Lettera al futuro, 1999



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

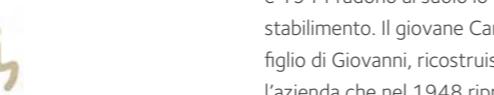


In quell'anno l'oliveto della famiglia Carli frutta un raccolto eccezionale. Il ventenne Giovanni, uno dei sei figli di Carlo Carli, tipografo di Oneglia, ha l'idea di offrire l'olio, ottenuto in quantità abbondante, non ai commercianti locali bensì direttamente alle famiglie del vicino Piemonte.

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.



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.

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

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.

2011

Cento anni di attività



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.

2021

Le nuove sfide

La dedizione e la passione per il lavoro sono rimaste invariate. L'azienda, guidata dalla famiglia Carli, è pronta a vivere i prossimi cento anni con gli stessi propositi di eccellenza che l'hanno sempre contraddistinta.

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.

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.

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

negozi che, con successo,

viene poi replicato nelle

principalì città italiane.



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 rinunciare all'etica e alla qualità, nel rispetto dell'ambiente e delle persone.

Qualità

Non solo saper fare, ma saper fare bene, è il principio che ci guida. Per questo possiamo garantire la massima qualità, dedicando attenzione ad ogni dettaglio, sempre.



Etica

Far parte delle abitudini alimentari delle famiglie è una responsabilità che ci assumiamo con serietà, consapevoli di dover ricambiare con qualità, attenzione e rispetto.

Tradizione

Guardando alla nostra storia abbiamo ricavato lo spunto per rinnovarci, creando uno stile unico, capace di trasmettere la cura che mettiamo nel nostro lavoro.

Coraggio

Siamo da sempre aperti all'innovazione, rispettando il primato dell'esperienza. Lavoriamo nell'era della tradizione evoluta, attenti a preservare la nostra unicità.



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 clienti la passione di famiglia.

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.

“

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 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 1997 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 impegna a garantire un ambiente di lavoro capace di assicurare un impegno costante alla **lotta alla corruzione**, ribadendo l'importanza del valore della legalità.

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 al 2021 non ci sono stati cambiamenti nella composizione del CdA di Fratelli Carli.

La gestione delle tematiche di innovazione sostenibile è demandata al Comitato di Sostenibilità (Co.So.), istituito nel 2013, che 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, coordina e guida l'impegno dell'azienda nella creazione di un nuovo modello sociale e di sviluppo.

12 membri
il Comitato di Sostenibilità



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

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 Corporation¹**, 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.

PUNTEGGIO COMPLESSIVO B IMPACT

98,3



Sulla base della valutazione di impatto, Fratelli Carli SpA ha ottenuto un punteggio complessivo di 98,3. Il punteggio medio delle imprese che partecipano alla valutazione è attualmente 50,9.

80

Punteggio necessario per ottenere la certificazione B Corp

50,9

Punteggio medio delle società

Fratelli Carli, inoltre, è stata premiata ogni anno, a partire dal 2016 e fino al 2021, 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.



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

Fratelli Carli diventa anche Società Benefit

Nel dicembre 2019 Fratelli Carli ha scelto di diventare anche una Società Benefit secondo l'ordinamento italiano, inserendo all'interno del proprio Statuto il perseguimento, accanto all'utile, di 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 "nero su bianco" questo impegno nello Statuto significa metterlo al sicuro** e 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"** che con il proprio status giuridico

² Per maggiori informazioni si faccia riferimento al seguente link: www.societabenefit.net/cosa-sono-le-societa-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**.

+4.900
B Corp nel mondo

+1900
le Società 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.

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.

Questi pilastri rappresentano i punti chiave dell'orizzonte di azione di Fratelli Carli che, una volta diventata Società Benefit, li ha anche **formalizzati all'interno del nuovo Statuto, esplicitando così le finalità di beneficio comune che l'azienda intende perseguire**.



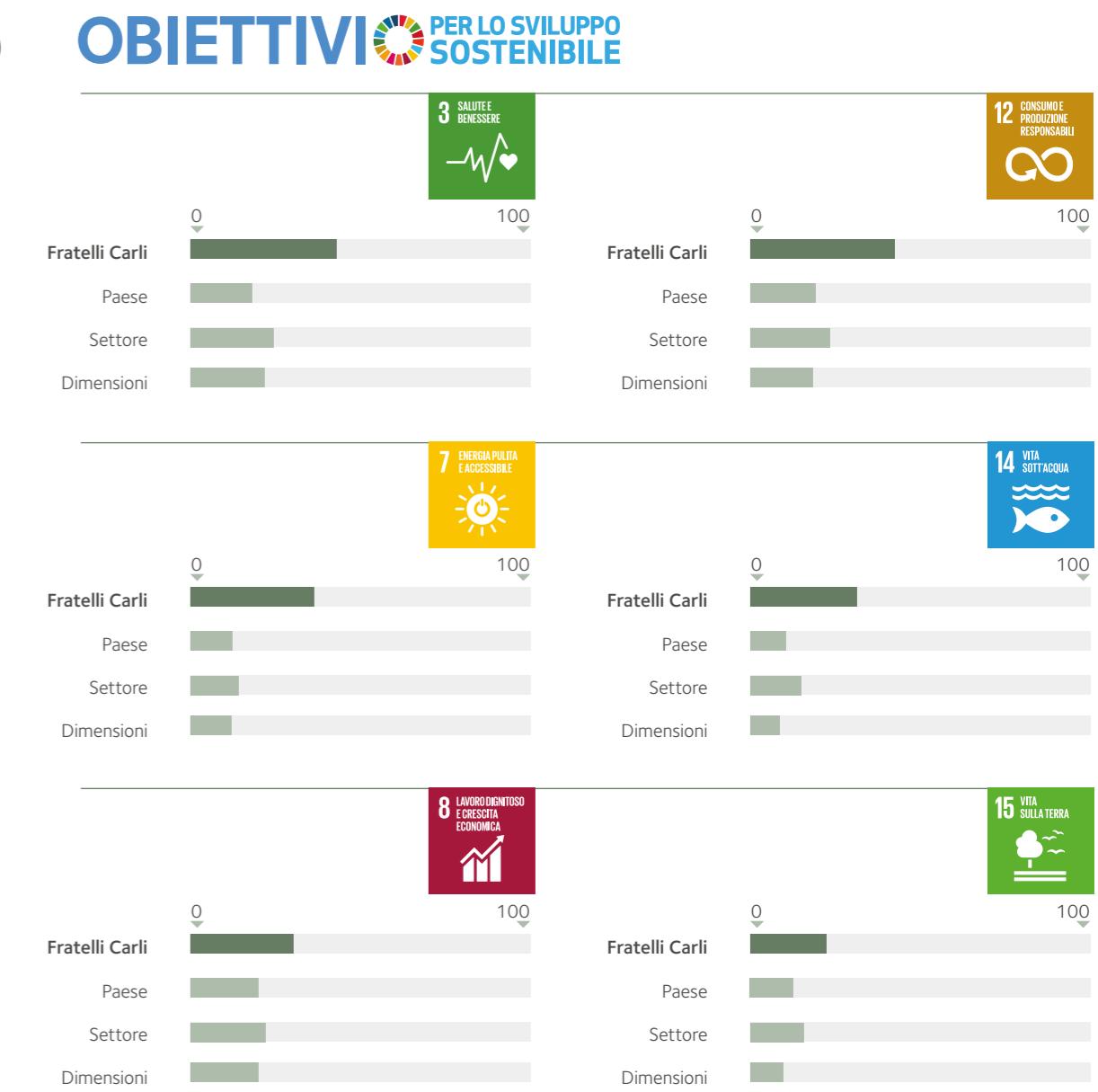
Queste finalità guidano le azioni quotidiane dell'azienda che, annualmente, pianifica i propri obiettivi di impatto, le azioni che ne consentono la progressiva realizzazione e i principi di valutazione dell'impatto generato.

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Fratelli Carli con le proprie finalità di beneficio comune si impegna anche a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs), approvati dalle Nazioni Unite nel 2015. Le **finalità di beneficio comune indicate nello Statuto contribuiscono, in particolare, al raggiungimento dei seguenti SDGs**.



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 SDGs 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.



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 conformità con i **Global Reporting Initiative (GRI) Standards** e in continuità con il 2020, nel 2021 Fratelli Carli ha svolto nuovamente l'**analisi di materialità** allo scopo di aggiornare i propri **temi materiali** e di sondarne la rilevanza. Sono stati individuati quelli in grado di riflettere gli **impatti ambientali, sociali ed economici rilevanti dell'azienda** o che possono influenzare le **aspettative degli stakeholder**. 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**.

Al fine di individuare i **temi di sostenibilità rilevanti**, è stata effettuata un'analisi dei trend di sostenibilità e delle pubblicazioni più importanti di settore per poi realizzare un confronto di mercato con le aziende che operano nei settori vicini al business di Fratelli Carli, quali **agroalimentare, retail e cosmetica**. Per poter identificare le tematiche più significative dal punto di vista degli stakeholder, oltre alle attività sopra descritte, è stata effettuata un'**analisi degli articoli** pubblicamente disponibili legati a Fratelli Carli e agli ambiti di sostenibilità maggiormente rilevanti al fine di tracciare le pressioni esterne provenienti dai media.

All'individuazione dei temi maggiormente rilevanti per l'azienda si è aggiunta, nel 2021, la prioritizzazione degli stessi tramite la **costruzione di una matrice di materialità**. La matrice rappresenta così le pressioni in termini di sostenibilità percepita, contemporaneamente, dai principali portatori di interesse e dall'azienda stessa. In particolare, la definizione della priorità espressa dall'asse delle ascisse **ha visto il coinvolgimento diretto del Comitato di Sostenibilità di Fratelli Carli**, che si è riunito in un workshop e ha discusso in maniera partecipata e condivisa l'aggiornamento dei temi materiali e la loro prioritizzazione.

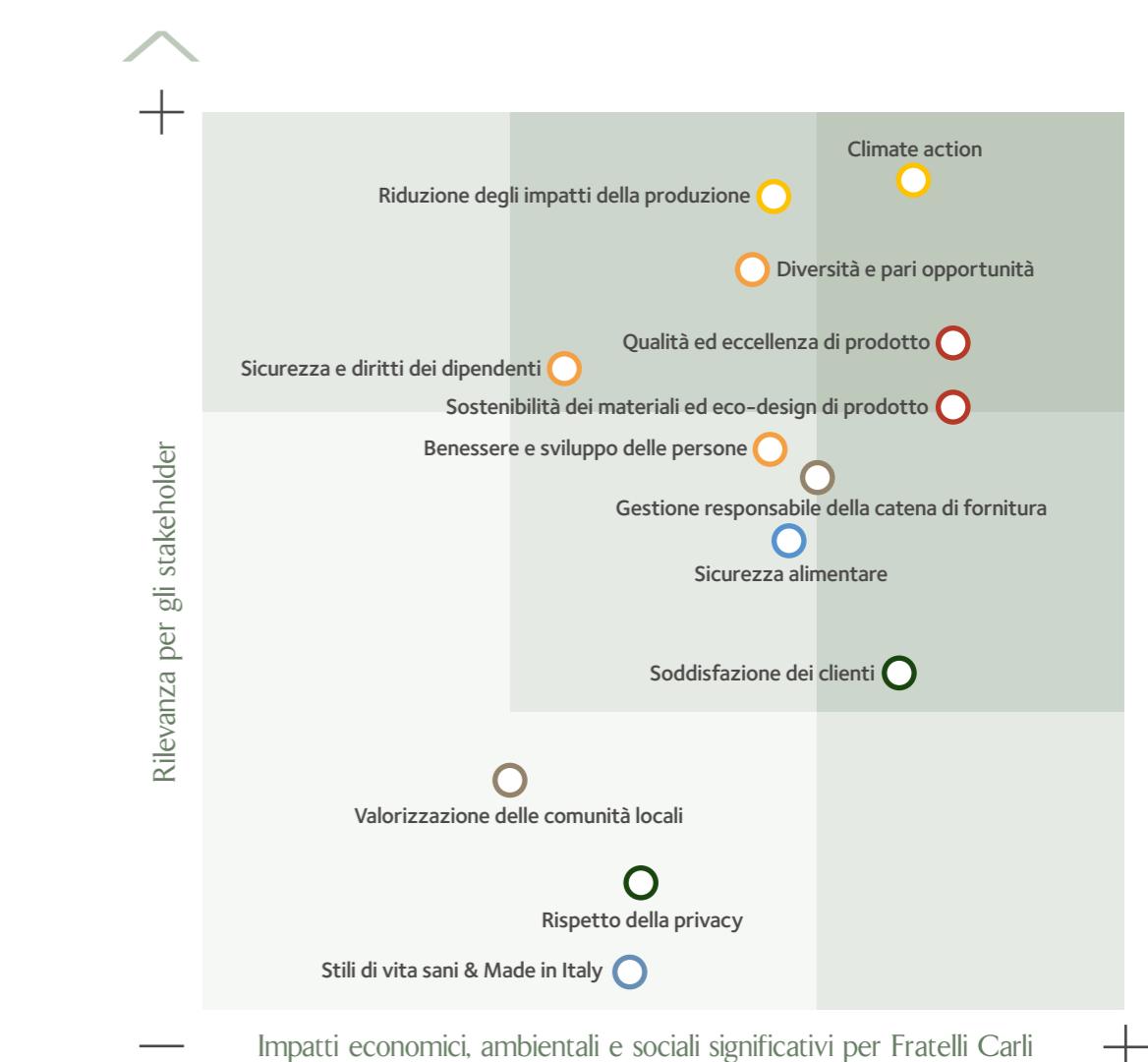
La matrice di materialità è stata validata durante il workshop tenutosi il 4 aprile 2022 alla presenza dei membri del Comitato di Sostenibilità

La matrice di materialità di Fratelli Carli

Nella matrice di materialità di Fratelli Carli, i seguenti temi afferiscono all'ambito "**Etica e integrità di business**":

- Anticorruzione
- Non discriminazione

Questi temi sono considerati **precondizioni per operare**, e pertanto verranno rendicontati in quanto **trasversali** a tutti i temi inclusi nella matrice di materialità.



I nuovi temi materiali di Fratelli Carli, così come la loro posizione all'interno della matrice di materialità, rappresentano quindi le principali tematiche di sostenibilità che costituiscono i punti focali dell'agire dell'azienda e che ne definiscono, insieme ai Pilastri del Progresso Responsabile, l'ambizione futura.

Fratelli Carli ritiene, inoltre, 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:

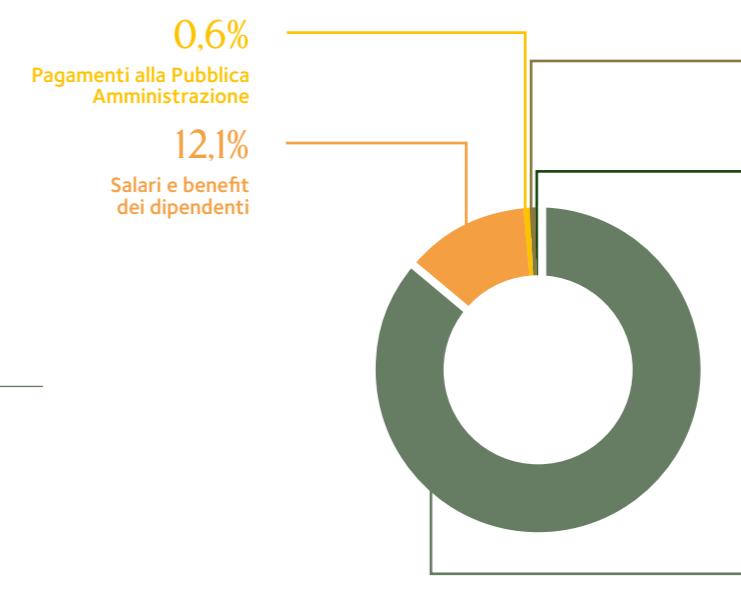
STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
Dipendenti	Presentazioni e formazione su tematiche di sostenibilità Comunicazioni dal vertice aziendale Comunicati affissi in bacheca Intranet aziendale
Clieni	Sito istituzionale Gestione reclami Servizio clienti Campagne di comunicazione Visite presso lo stabilimento
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 stakeholder 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 2021, il valore economico direttamente generato è stato pari a € 155 milioni, in lieve flessione del 3% rispetto all'anno precedente, mentre il valore economico trattenuto supera i € 7 milioni, in diminuzione del 35% rispetto allo scorso anno.

Nel seguente grafico viene rappresentato il valore economico distribuito (€147.958.061 milioni): in particolare, l'86,6% è da imputarsi a costi operativi, il 12% 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.

Valore economico distribuito (2021)



€155 milioni
valore economico direttamente generato nel 2021

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.



“ Abbiamo un obiettivo ambizioso: innovare il nostro modo di essere azienda. Non solo per limitare l'impatto sull'ambiente, ma per diventare un'impresa che contribuisca attivamente a rigenerare le risorse e gli equilibri di un sistema ambientale e sociale sempre più a rischio. ”

Patrizia Sacco
Sustainability & B-Corp Coordinator

Una visione di lungo termine

Avere una visione di lungo periodo significa anche e soprattutto guardare al futuro, partendo dalle proprie radici e dalle fondamenta pazientemente posate negli anni. Per questa ragione, Fratelli Carli si impegna concretamente a investire nel continuo miglioramento delle prassi che da anni la contraddistinguono come una delle aziende maggiormente attente alle tematiche ESG (Environment, Social, Governance) nel panorama italiano e che le hanno valso numerosi premi anche fra le consorelle B Corp – monitorando puntualmente e pubblicamente i progressi lungo l'intero orizzonte di azione. L'impegno strategico di Fratelli Carli per lo sviluppo del proprio Progresso Responsabile si concretizza attraverso un **Piano di Sostenibilità a medio termine**, che integra la rendicontazione delle proprie performance con una pianificazione che struttura l'impegno di sostenibilità dell'azienda per i prossimi tre anni.

Il piano si poggia sui Pilastri di Sostenibilità, esplicitati attraverso le specifiche finalità di beneficio comune e sull'impatto da essi generato sui Temi Materiali e sugli SDGs di riferimento.

Il piano si poggia sui Pilastri di Sostenibilità, esplicitati attraverso le specifiche finalità di beneficio comune e sull'impatto da essi generato sui Temi Materiali e sugli SDGs di riferimento. Come lo scorso anno, è infatti stato evidenziato il legame tra i Pilastri di Sostenibilità, i temi materiali individuati attraverso l'analisi di materialità e il loro impatto sui diversi obiettivi dell'Agenda 2030, così come sintetizzato nelle tabelle riportate nelle pagine seguenti. La "Conduzione etica del business" rappresenta una tematica trasversale alle altre, poiché i suoi contenuti rappresentano le fondamenta dell'agire aziendale.

Gli obiettivi fissati, a cui sottendono diverse iniziative specifiche, si dipanano seguendo le linee strategiche individuate grazie ai Pilastri di Sostenibilità. La loro esplicitazione ha visto il coinvolgimento diretto di tutta l'azienda, a partire dal Comitato di Sostenibilità, il cui ruolo di indirizzo ESG ha trovato la massima espressione e concretizzazione. Le azioni che verranno presentate di seguito costituiscono quindi – e lo faranno sempre di più in futuro – il vero senso dell'agire di Fratelli Carli e il perseguimento delle finalità di beneficio comune della quale l'azienda va particolarmente orgogliosa: la **carbon neutrality**. Raccogliendo un input importante dato dal più ampio movimento B Corp, Fratelli Carli ha infatti deciso di impegnarsi per la strutturazione di un piano di riduzione delle emissioni che le consenta, accanto alla compensazione o rimozione di quelle rimanenti, di "neutralizzare" il proprio impatto in termini di CO₂.

Il primo passo in questa direzione si concretizzerà già nel corso del 2022, anno nel quale l'azienda ha scelto di dare priorità al settore dei trasporti, dedicandosi alla misurazione capillare delle emissioni climalteranti derivanti dalla **logistica di consegna** (sia a domicilio, che di trasporto in generale) e alla loro intera compensazione.

VERSO LA CARBON NEUTRALITY

CO₂

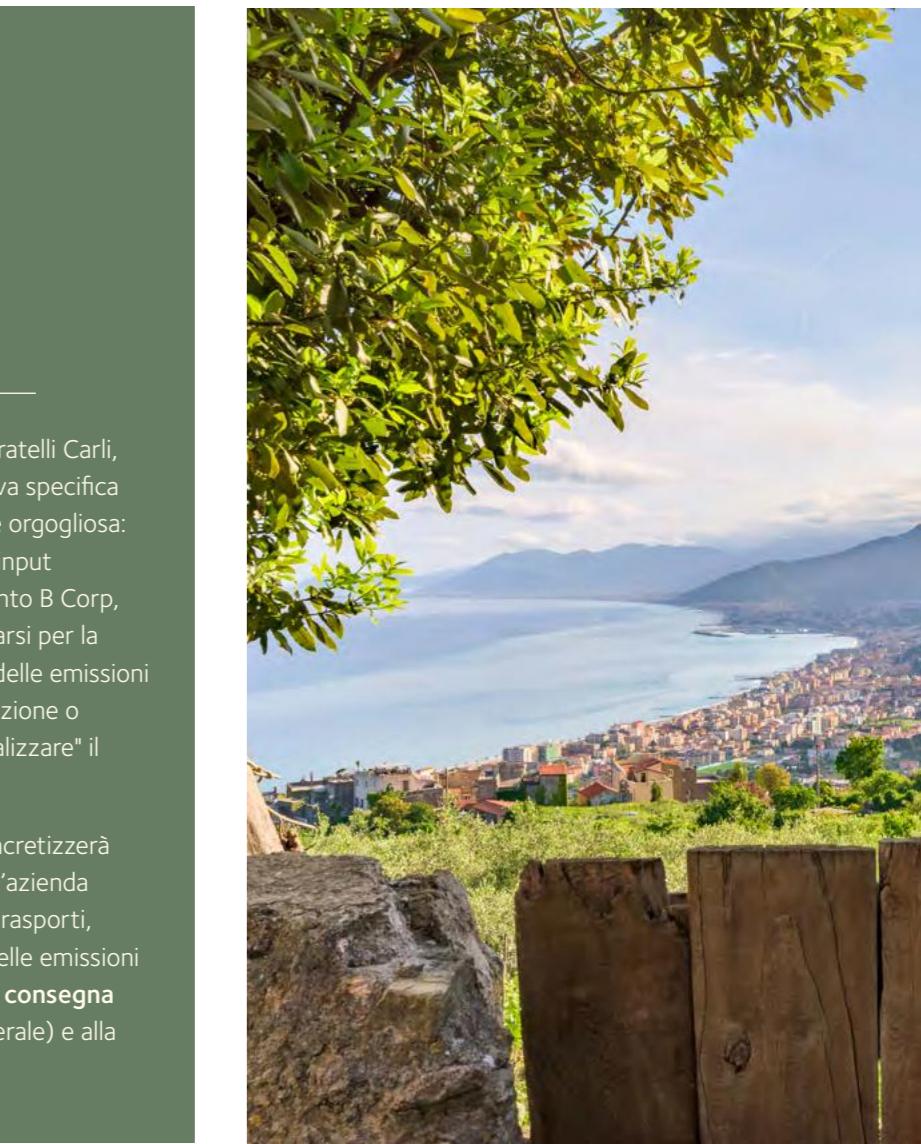
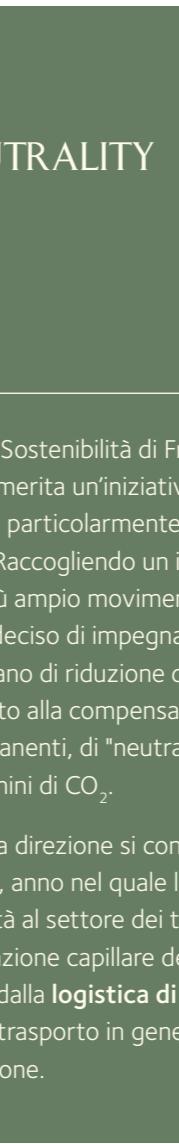


Tabella di raccordo Pilastri - SDGs - Temi materiali

PILASTRI	PERSONE	MATERIALI E PRODOTTI	FILIERA DI FORNITURA	ENERGIA E RISORSE	CULTURA E TRADIZIONE MEDITERRANEA	CONDUZIONE ETICA DEL BUSINESS								
SDGs	3 SALUTE E BENESSERE 	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	3 SALUTE E BENESSERE 	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	14 VITA SOTTACQUA 	15 VITA SULLA TERRA 	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI 	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
TEMI MATERIALI	<ul style="list-style-type: none"> Sicurezza e diritti dei dipendenti Benessere e sviluppo delle persone Diversità e pari opportunità 	<ul style="list-style-type: none"> Qualità ed eccellenza di prodotto Sostenibilità dei materiali ed eco-design 	<ul style="list-style-type: none"> Gestione Responsabile della catena di fornitura Valorizzazione delle comunità locali 	<ul style="list-style-type: none"> Lotta al cambiamento climatico Gestione dei rifiuti e degli sprechi Uso responsabile delle risorse 	<ul style="list-style-type: none"> Promozione di stili di vita sani attraverso il Made in Italy 	<ul style="list-style-type: none"> LOTTA ALLA CORRUZIONE NON DISCRIMINAZIONE RISPETTO DELLA PRIVACY 								

Piano di Sostenibilità 2022-2024

OBIETTIVI 2022



OBIETTIVI 2022-2023

- Implementazione di un nuovo piano di welfare per i dipendenti.
- Redigere un nuovo Manuale per il Dipendente.

PERSONE

OBIETTIVI 2024

- Definizione di una politica non emergenziale per lo smart working.
- 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.
- Implementare i servizi offerti e le informazioni online per la clientela.
- Implementare i canali di contatto con l'azienda per tutti i clienti.

OBIETTIVI 2022-2023

- 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 shopper di tutti gli Empori in ottica sostenibile.

MATERIALI E PRODOTTI

OBIETTIVI 2022-2024

- Portare al 50% la percentuale delle linee di prodotti analizzati con l'SLCA.
- Mediterranea: sviluppo di nuove linee di cosmetici sempre più sostenibili.
- Svolgere un'analisi LCA per almeno il 50% dei prodotti.
- Incrementare la percentuale di specialità alimentari con Certificazioni di sostenibilità e/o prodotti da aziende certificate B Corp o Società Benefit.
- Completamento del progetto "Scatole sostenibili" per le nostre specialità alimentari.

OBIETTIVI 2022-2023

- Incrementare il numero di fornitori coinvolti nei Codici.
- Raggiungere, con tutta la supply chain, gli obiettivi dei nuovi Codici utilizzando gli strumenti condivisi.
- Sviluppo del progetto "Oliveto sostenibile" per lo studio di pratiche di coltivazione sostenibile dell'olivo.
- Valutare, secondo criteri ambientali e sociali, almeno l'80% dei fornitori rilevanti.

OBIETTIVI 2022-2024

- Validazione dell'inventario delle emissioni Scope 1 e Scope 2.
- Completamento dell'inventario delle emissioni Scope 3.
- Compensazione dell'impatto ambientale di tutte le consegne a domicilio dei clienti in Italia.
- Implementare il Sistema di Gestione Ambientale.

OBIETTIVI 2022-2023

- Partecipazione al progetto B Corp "#Unlock Education" per le scuole del territorio.
- Adesione a Museimpresa e partecipazione alle attività associative.
- Partecipazione alla fondazione ITS – Accademia Ligure Agroalimentare per la diffusione della cultura alimentare del territorio.

OBIETTIVI 2022-2024

- Impegnarsi nella divulgazione della cultura della sostenibilità con la partecipazione a tavole rotonde, seminari, webinar.
- Diffusione della cultura dell'alimentazione mediterranea attraverso tutti i canali dell'azienda.

OBIETTIVI 2022-2024

- Adesione a Museimpresa e partecipazione alle attività associative.
- Partecipazione alla fondazione ITS – Accademia Ligure Agroalimentare per la diffusione della cultura alimentare del territorio.



Persone

CLIENTI, DIPENDENTI, COMUNITÀ



“ Contribuiamo alla diffusione del benessere all'interno della comunità in cui lavoriamo, consapevoli del ruolo sociale della nostra impresa, insieme ai nostri dipendenti che sono il cuore del nostro successo e con i quali, ogni giorno, condividiamo esigenze ed aspirazioni. Con questa ricchezza, entriamo anche nelle case di quelli che per noi sono, da sempre, amici clienti. ”

Massimo Belmonte

Direttore Risorse Umane



OBIETTIVI 2021

Dipendenti



Redigere un nuovo Manuale per il Dipendente

RISULTATI 2021

✓ +116% le ore di formazione sulla sostenibilità

✓ Redazione di un nuovo Manuale per il Dipendente

Clienti



Mantenere elevatissimi standard di qualità di servizio per i clienti

Comunità



Sostenere le necessità delle comunità locali anche con la donazione di prodotti



Obiettivo raggiunto



Obiettivo non raggiunto a causa di ritardi attribuibili alla pandemia da Coronavirus

OBIETTIVI 2022-2024

- Definire una politica non emergenziale per lo smart working
- Implementare un nuovo piano welfare per i dipendenti
- Svolgere un'indagine di clima

HIGHLIGHTS 2021



381

49%

Oltre

900

i dipendenti al 31.12.2021

la percentuale di donne presenti in azienda (+7% dal 2016)

la percentuale dei dipendenti che ha usufruito del Welfare aziendale

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

DIPENDENTI

CLIENTI

99,8%

948

6.880

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

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

60

il numero di conversazioni via chat con i clienti di ogni nazione servita

+50

il numero di operatrici del nostro Centro Ordini Italia e estero

COMUNITÀ



le associazioni sostenute con la donazione di nostri prodotti

I dipendenti, persone di famiglia



Le persone dell'azienda sono il cuore del successo di Fratelli Carli che, da sempre, condivide con loro esigenze e aspirazioni, attenzione alla sicurezza e alla salvaguardia della salute, passione per la competenza e la sostenibilità.

Muovendo da questi presupposti, Fratelli Carli da anni attua delle **virtuose prassi di gestione del personale**; si impegna a promuovere l'importanza del **benessere e dell'equilibrio tra vita privata e lavoro** mettendo a disposizione dei dipendenti strumenti di welfare e tutelando la loro **salute e sicurezza**; contribuisce a valorizzare la **crescita professionale** delle proprie risorse, sviluppando percorsi di formazione su misura e supportandole nell'avanzamento di carriera. Questi presupposti, fondamentali per garantire la continuità delle attività durante il periodo più critico dell'emergenza sanitaria, hanno consentito a Fratelli Carli di mantenere un elevato presidio sulla gestione della pandemia da Covid-19 anche nel 2021.

91% dei dipendenti ha un contratto
a tempo indeterminato

UNO SGUARDO AL 2020

Sin dalle notizie riguardanti la diagnosi dei primi casi di Covid-19, l'azienda ha provveduto immediatamente a insediare un Comitato ad hoc incaricato di gestire l'emergenza sanitaria. In poche settimane, **lo smart working ha coinvolto circa il 90% dei dipendenti non appartenenti alla produzione e al confezionamento** per i quali, per ragioni operative, tale misura non ha potuto essere applicata. A questo proposito, è stato fondamentale il supporto del dipartimento IT che ha reso possibile la veloce riconversione al digitale fornendo supporto e dispositivi. Come da disposizioni normative, il distanziamento sociale nelle sedi di Fratelli Carli è diventato la regola e l'azienda si è impegnata a fornire a tutte le sue persone i Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) necessari, quali ad esempio le mascherine FFP2. Oltre all'installazione di sistemi automatici di rilevazione della temperatura, sia per i dipendenti che per i lavoratori non dipendenti, nelle postazioni di lavoro e in particolare negli open space sono stati fissati dei pannelli di plexiglass. L'accesso alla mensa è stato limitato a sole sei persone contemporaneamente, al fine di limitare gli assembramenti, e ogni reparto è stato riorganizzato per garantire una maggiore turnazione delle persone.

Oltre alle iniziative e alle misure già adottate Fratelli Carli ha attivato, nel 2020 e 2021, due polizze assicurative volte a tutelare il personale in caso di ricovero per Covid e in caso di reazioni avverse al vaccino.

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.

Alla fine del 2021, Fratelli Carli poteva contare su una **forza lavoro di 385 unità**, divise fra 381 dipendenti diretti, il cui numero segna un lieve aumento rispetto all'anno precedente, e 4 lavoratori interinali – in linea con il 2020. Il personale è diviso fra un **49% di donne e un 51% di uomini**.

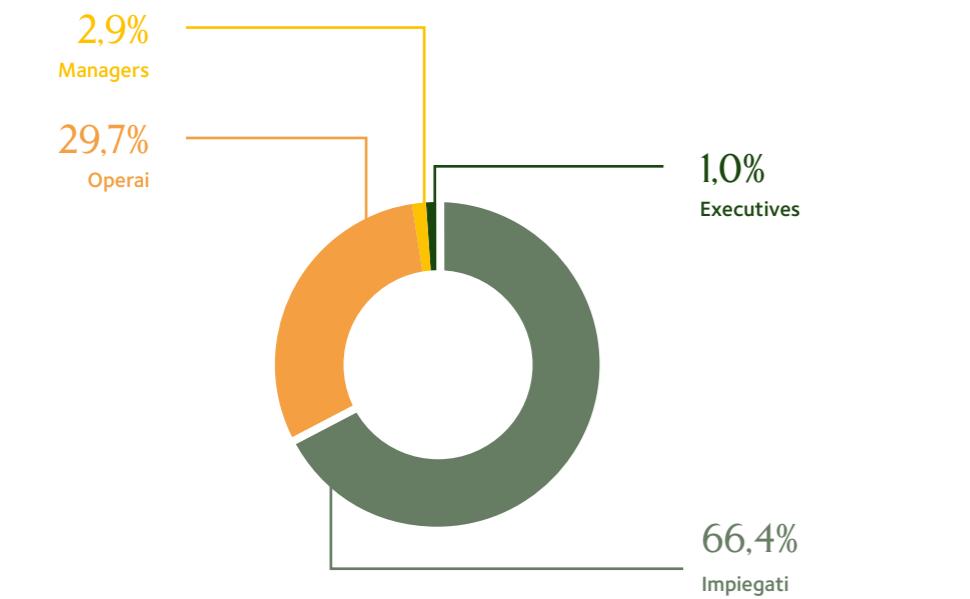
Dipendenti per genere (2021)



L'approccio di Fratelli Carli alla diversità si basa sui principi fondamentali di non discriminazione, pari opportunità e uguale dignità per tutte le forme di diversità e inclusione. Inoltre, l'attenzione di Fratelli Carli nei confronti dei propri dipendenti si riflette anche sulle caratteristiche contrattuali: infatti, nel 2021 **il 91% dei dipendenti era occupato a tempo indeterminato e il 69% a tempo pieno** – mostrando un trend stabile rispetto all'anno precedente, a testimonianza dell'impegno di lungo corso dell'azienda nei confronti delle proprie persone.

Come si evince dal grafico, la maggioranza dei dipendenti di Fratelli Carli ricade nella categoria professionale degli impiegati, immediatamente seguita dagli operai. All'estremità opposta della piramide occupazionale, invece, si trovano i manager e i dirigenti aziendali.

Dipendenti per categoria professionale (2021)



127 i dipendenti in azienda da più di 20 anni

Uno dei particolari intrinseci che caratterizzano il rapporto di Fratelli Carli con i propri dipendenti è la forte e duratura relazione che si instaura e che va oltre il mero rapporto lavorativo. A dimostrazione di ciò, l'azienda può contare su una lunga anzianità di servizio – aspetto di cui andare particolarmente fieri – e che permette di poter contare su una solida base di competenze strutturate nella conduzione delle operazioni quotidiane: si pensi che **sono ben 127 i dipendenti che sono in azienda da più di 20 anni**. Per quanto riguarda il turnover, i tassi mostrano un andamento in linea rispetto al 2020: le assunzioni sono influenzate da mansioni stagionali e dall'apertura di nuovi Empori, mentre le cessazioni sono condizionate dal naturale esaurimento dei contratti a tempo determinato e degli stagionali.

In particolare, il trend legato alle nuove assunzioni ha determinato l'**aumento del numero di donne in azienda del 5%**, a fronte di una diminuzione degli uomini (-1%), mostrando l'importanza che Fratelli Carli pone di anno in anno nella valorizzazione della presenza femminile in azienda.

Turnover (tasso di assunzioni e cessazioni)

	2020	2021
CESSAZIONI	31%	31%
ASSUNZIONI	34%	33%

Qualità della vita: un bisogno comune

Per perseguire il continuo impegno nei confronti del benessere delle persone, per il quinto anno consecutivo i dipendenti hanno avuto la possibilità di usufruire della piattaforma "Liberi di...Welfare", un programma che, sfruttando i *flexible benefits*, offre una serie di servizi su misura per agevolare la quotidianità e aumentare il potere di acquisto: dai rimborsi spesa per la cura e l'istruzione dei figli e l'assistenza ai familiari non autosufficienti, ai protocolli di prevenzione medica e check up; dai voucher per viaggi e centri benessere, ai buoni spesa spendibili presso i partner convenzionati sul territorio. L'azienda si impegna nel garantire uno spettro di proposte di welfare che sia il più ampio e diversificato possibile, provvedendo lei stessa in molti casi a convenzionare le strutture sportive e di benessere della città di Imperia.

Nel 2021, il 40% dei collaboratori ha **usufruito dei servizi, con una percentuale di credito welfare convertito – e quindi speso – pari al 28%**. Questi dati evidenziano **un trend in aumento** rispetto allo scorso anno, trovando conforto anche in un aumento proporzionale dei dipendenti attivi nella conversione: per incoraggiare i dipendenti a usufruire della piattaforma, infatti, Fratelli Carli nel 2021 si è impegnata in una comunicazione interna incentrata sul funzionamento del welfare e dei servizi disponibili, distribuendo a tutti i dipendenti assunti dopo il 2016 una guida esplicativa.

Il **40%** dei dipendenti ha usufruito del welfare aziendale



offerte gratuitamente ai collaboratori, direttamente sul posto di lavoro. Dopo l'interruzione delle attività nel 2020, sospese a causa dello scoppio della pandemia da Coronavirus, nel 2021 Fratelli Carli ha ripreso la collaborazione con ANT, organizzando per i dipendenti un totale di 147 visite di prevenzione oncologica gratuite in azienda.

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.

Le procedure di valutazione dei rischi, ad esempio, sono condotte da *health and safety managers*, o equivalenti, di Fratelli Carli affiancati da un partner di terza parte specializzato: in conformità con le normative in vigore,

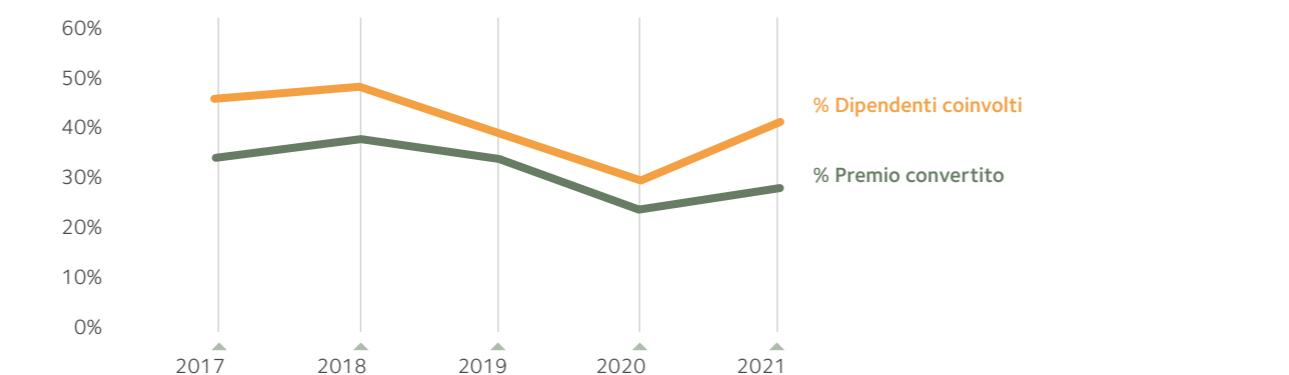
Fratelli Carli, in una prospettiva di miglioramento continuo, si impegna a promuovere e sostenere tutte le azioni necessarie ai fini della prevenzione e protezione dei dipendenti.

vengono condotte ispezioni e consultazioni dei dipendenti al fine di identificare prontamente i rischi, portare a termine i dovuti *assessments* 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. 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.

Piattaforma Welfare Fratelli Carli



Oltre a un tasso di infortuni contenuto, che si attesta a 0,6, in diminuzione rispetto allo scorso anno, Fratelli Carli ha mantenuto per tutti i dipendenti la copertura assicurativa in caso di ricovero e successiva convalescenza per Covid-19.



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.

Il presidio che l'azienda garantisce nei confronti delle tematiche relative alla salute e sicurezza dei lavoratori, rafforzato nel 2020 per far fronte alla situazione emergenziale, si è consolidato ulteriormente nel 2021: oltre a un tasso di infortuni contenuto, che si attesta a 0,3, in diminuzione rispetto allo scorso anno, Fratelli Carli ha mantenuto per tutti i dipendenti la copertura assicurativa in caso di ricovero e successiva convalescenza (in questo caso, a seguito di ricovero in terapia intensiva) per Covid-19 stipulata nel 2020, a cui si è aggiunta, nel 2021, l'attivazione della polizza assicurativa specificatamente legata ai vaccini somministrati ai dipendenti. Questo non fa altro che sottolineare l'impegno che da sempre l'azienda impiega nei confronti del benessere e della salute delle proprie persone.

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 nel 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 offre al proprio personale un ambiente di lavoro stimolante, capace di garantire concrete opportunità di crescita professionale e di valorizzare le competenze di ciascuno. In particolare, l'azienda effettua delle valutazioni ad hoc sui propri dipendenti seguendo prassi applicate e perfezionate negli anni al fine di riconoscere bonus ed eventuali promozioni e di individuare, al contempo, aree di miglioramento sulle quali intervenire. La creazione di sinergie fra i dipendenti a tutti i livelli dell'azienda permette al processo decisionale di poter contare su valutazioni attendibili e sempre aggiornate e quindi di poter prendere decisioni che riconoscano le competenze e il valore di ciascuno.

Oltre a specifici percorsi di formazione tecnica, in linea con la formazione obbligatoria prevista dal D.Lgs. 81/08, Fratelli Carli, nel 2021, 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 Mediterranea. In continuità con il 2020, l'azienda ha inoltre previsto un'offerta formativa relativa all'acquisizione delle **soft skills** e alla conoscenza dei propri prodotti, aspetti fondamentali per lo sviluppo delle persone e del business dell'azienda.

Due le principali novità del 2021: un percorso di formazione Lean Six Sigma Green Belt, che ha coinvolto risorse appartenenti alla Direzione Operations; un programma di formazione incentrato sulle tematiche di sostenibilità, erogato da ALTIS – l'Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Questo tipo di corsi, erogati sia in **modalità e-learning** che in presenza, viene sviluppato internamente dall'azienda e, soprattutto per la parte relativa alle **soft skills, in collaborazione con società di formazione esterne qualificate**. I principali corsi di soft skills tenuti dall'azienda nel 2021 hanno riguardato aspetti innovativi quali comunicazione e gestione delle riunioni, gestione del conflitto e del consenso, problem solving, leadership e delega e team building. Due le principali novità del 2021: un percorso di formazione **Lean Six Sigma Green Belt**, che ha coinvolto risorse appartenenti alla Direzione Operations, con un focus sull'ottimizzazione del processo di gestione degli ordini; **un programma di formazione incentrato sulle tematiche di sostenibilità**, erogato da ALTIS – l'Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, finalizzato a sviluppare

competenze utili all'integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale, al miglioramento dell'efficacia delle politiche aziendali in tema di sostenibilità e al consolidamento dell'unità organizzativa interna dedicata ai temi della sostenibilità.

L'attenuarsi del periodo più critico dell'emergenza sanitaria ha permesso a Fratelli Carli, nel 2021, di **incrementare le ore di formazione per le proprie persone**, erogando un totale di 3.952 ore, rispetto alle 2.663 del 2020, la maggior parte delle quali fruite in modalità e-learning, così da garantire le necessarie misure di distanziamento interpersonale come da disposizioni di legge per il contenimento della pandemia da Coronavirus.

Nonostante la situazione pandemica abbia continuato a condizionare la regolare gestione delle attività, anche nel 2021 l'azienda ha garantito la perfetta compliance con i requisiti della normativa in termini di formazione su tematiche di salute e sicurezza, così come gli aggiornamenti riguardanti la formazione tecnica degli operatori di stabilimento e quelli relativi alla gestione dei dati e alla privacy.

In termini di ore medie, **le donne hanno beneficiato di quasi 13,3 ore medie di formazione ciascuna**, mentre **gli uomini si attestano a 7,6**: questo dato, rispetto allo scorso anno, rivela un aumento della formazione femminile a fronte di una lieve diminuzione di quella maschile. Per quanto riguarda le categorie professionali, i dirigenti hanno ricevuto mediamente 32,1 ore di formazione ciascuno, seguiti dai quadri (20,9), dagli impiegati di ufficio (12,6) e dagli operai (3,6).

3.952 ore di formazione per i dipendenti



La comunità, il nostro mondo

Un elemento che conferma la qualità e l'impegno di Fratelli Carli nei confronti delle comunità in cui opera è il contributo alla crescita locale tramite un **legame con il territorio contraddistinto da solidità e longevità**. L'azienda condivide infatti la propria esperienza e competenza, sfruttando la presenza locale per, ad esempio, occupare prevalentemente personale proveniente dalle comunità di riferimento delle sedi. Il rapporto con il territorio è strutturato sull'ascolto e dimostra un'attenzione costante alle necessità delle persone, con un sostegno alle diverse comunità locali che deriva da una stretta e proficua collaborazione con i lavoratori, gli agricoltori e tutti gli stakeholder dell'azienda. La consapevolezza della responsabilità di Fratelli Carli nei confronti del territorio si estrinseca 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.



Acqua Dynamo per Dynamo Camp

Per le sale di rappresentanza di tutta l'azienda (e per i pranzi serviti nell'Emporio di Imperia prima della pandemia), **è stato scelto di utilizzare l'Acqua Dynamo**. Le doti di quest'acqua vanno ben oltre le sue proprietà naturali: tutti i suoi profitti sono infatti destinati a Fondazione Dynamo e, in particolare modo, a **Dynamo Camp, un'oasi naturalistica che accoglie bambini e ragazzi tra i 6 e i 17 anni colpiti da patologie gravi e croniche**, permettendo loro di sperimentare la gioia della terapia ricreativa.



I regali di Natale ai figli dei dipendenti

Sono ormai molti anni che i **dioni natalizi per i figli dei dipendenti** vengono scelti in modo che siano un **gesto di solidarietà**, oltre che un momento di felicità. Nel 2019 e nel 2020 la **collaborazione con l'Ospedale Gaslini Onlus di Genova** ha avuto un valore particolare: **ogni dono, infatti, è stato acquistato nel Corner Gaslini ed è così arrivato a due bambini contemporaneamente, portando, ad uno, la gioia di riceverlo e, all'altro, sostegno e solidarietà**. Nel 2021 si è scelto di sostenere più di una associazione, guardando sempre soprattutto alle necessità dei bambini. I doni natalizi hanno così contribuito alle attività della Lega del Filo d'Oro, Fondazione Dynamo Camp, Ai.Bi. Associazione amici dei bambini e Fondazione Francesca Rava.

I clienti

Nel 2021, ha confermato il suo **impegno nei confronti della comunità locale**, sostenendo più di 50 associazioni, parrocchie ed enti benefici con la **donazione dei propri prodotti**.



Muovendo dall'aspirazione di essere una grande comunità di persone in cui i bisogni di ciascuno vengono ascoltati, individuati e valorizzati, Fratelli Carli lavora tutti i giorni per dare vita e mantenere un contatto diretto con i propri clienti, attraverso un modello di distribuzione esclusivamente a domicilio.

Da più di cent'anni l'azienda ha infatti creato un servizio di relazione familiare con tutti i suoi clienti, grazie all'attenzione che pone ai bisogni e alle necessità di ciascuno di essi. **Un contatto diretto e quotidiano basato su valori comuni** che permettono di interpretare desideri, rispondere a esigenze, **entrare nelle case dei clienti come gli "amici di sempre"**: un'esperienza unica che può nascere solo dalla possibilità di vivere lo "spirito" di Fratelli Carli.

La gestione della privacy e della sicurezza e salvaguardia nel trattamento dei dati personali è **prerogativa di tutte le attività svolte dall'azienda**. Dal 2005 Fratelli Carli è **Certificata ISO 27001**, garantendo ai clienti i massimi livelli di sicurezza, per quanto riguarda il rispetto della riservatezza, l'integrità e la disponibilità dei dati. Questa scelta è stata fatta in linea con l'attenzione massima che da sempre l'azienda ha nei confronti del trattamento dei dati dei propri clienti. Da sempre segue **regole e procedure precise e rigorose che sono state prontamente adeguate al GDPR**. Inoltre, Fratelli Carli può vantare il **sigillo Net-Comm** che, con criteri stringenti, identifica 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, innovativi nella grafica e basati su tecnologia totalmente **responsive**, uno per ciascun mercato in cui l'azienda opera, costituiscono il portale per presentare l'azienda ai propri clienti.

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**. L'obiettivo è quello di integrare sempre meglio i canali di contatto tradizionali e digitali, dal telefono ad internet, dalla posta elettronica agli Empori presenti sul territorio, per offrire un servizio al passo con i tempi mantenendo le solide radici della tradizione.

Un cambiamento tecnologico e gestionale che ha coinvolto l'intera organizzazione aziendale e che ha visto la nascita di una partnership con Salesforce, sia per la piattaforma di e-commerce sia per il sistema di CRM, che gestisce tutte le relazioni con i clienti. Per migliorare ulteriormente il servizio, nel 2021 Fratelli Carli ha ampliato i metodi di pagamento disponibili, integrando i sistemi Apple Pay e Amazon Pay tra i sistemi di pagamento elettronico.

L'obiettivo è quello di integrare sempre meglio i canali di contatto tradizionali e digitali, dal telefono ad internet, dalla posta elettronica agli Empori presenti sul territorio, per offrire un servizio al passo con i tempi mantenendo le solide radici della tradizione.



Fratelli Carli è però consapevole di come l'evoluzione tecnologica non possa prescindere dal rapporto privilegiato che negli anni ha caratterizzato le relazioni con i clienti.

Uno dei tasselli fondamentali che compongono l'approccio dell'azienda è, per l'appunto, una sapiente miscela fra innovazione e tradizione che permette un connubio vincente di diversi elementi che insieme fanno la forza dell'azienda – creando un'experience unica per i clienti.

60 addetti del Centro Ordini

3 minuti la durata media delle telefonate al nostro Call Center

Il Centro Ordini

Per i propri clienti, l'azienda è da sempre “di famiglia” sia grazie al sistema di distribuzione, che arriva direttamente a domicilio, sia **attraverso un contatto diretto e quotidiano**, basato su valori comuni: **al telefono, via lettera, via mail e ora, grazie ai nuovi siti, anche via chat**.

Ogni giorno il team del Centro Ordini, che conta 60 addetti, è a disposizione dei clienti per raccogliere gli ordini, rispondere alle richieste, predisporre al meglio la consegna affinché l'esperienza di acquisto sia la migliore possibile.

Al Call Center la durata media delle telefonate è di circa tre minuti. Insieme ai clienti che ordinano velocemente, infatti, ce ne sono molti altri che chiedono consigli o semplicemente fanno “due parole” con un'azienda che sentono come di famiglia.

Nel 2021, inoltre, è stata implementata sui siti esteri la possibilità della chat, già presente per l'Italia, che permette ai clienti di tutte le nazioni servite di entrare in contatto, in tempo reale, con un esperto di Fratelli Carli, a disposizione per rispondere ad ogni richiesta.



Il piano di e-mail marketing 2022

Con l'obiettivo di ridurre progressivamente la comunicazione cartacea, che ancora caratterizza significativamente l'azienda, e al contempo garantire la continuità della comunicazione di sostenibilità nel corso di tutto l'anno, nel 2021 Fratelli Carli ha impostato un piano di e-mail marketing, prevedendo anche l'invio di una comunicazione al mese incentrata sulle tematiche di sostenibilità. 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.



Prodotti e Materiali

L'ALTISSIMA QUALITÀ È LA NOSTRA UNICA SCELTA, DA SEMPRE

“ Siamo impegnati a vincere la nostra sfida più importante: offrire prodotti di altissima qualità sempre più sostenibili in ogni fase della loro vita. Con un unico obiettivo: contribuire a “rigenerare” risorse preziose per l’ambiente nel rispetto dei ritmi e degli equilibri della natura. ” ”



Marta Gorlero
Responsabile Marketing e
Sviluppo Prodotto Alimentare

Marcello Porro
Responsabile Confezionamento
e Magazzini

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio
Acquisti Alimentare

Luca Ramella
Ufficio Acquisti
Mediterranea



OBIETTIVI 2021



Portare al 35% la percentuale delle linee di prodotti analizzati con l'SLCA

RISULTATI 2021

- ✓ Raggiunto il 39% di **linee di prodotto** analizzate con l'SLCA
- ✓ Completato LCA dell'Olio Extra Vergine e dell'Olio Tradizionale in bottiglia e lattina da lt.1
- ✓ Completato LCA delle nuove scatole delle specialità in vaso
- ✓ Completato LCA del Tonno Carli in lattina da 200 gr



Portare all'11% la percentuale dei prodotti BIO

OBIETTIVI 2022-2024

- Mantenuta inalterata la % di prodotti Bio o con certificazioni ambientali rispetto al 2020
- ✓ **Mediterranea:** lanciata la linea dei "cosmetici solidi" **Perfect Planet**



Riprogettare, in ottica di sostenibilità, il pack primario e secondario di tutti i prodotti

- ✓ Riprogettato il **pack** della linea "Focaccia a tocchetti" per renderlo **differenziabile al 100%**
- ✓ Avviato il progetto "**Scatole Sostenibili**" per tutti i prodotti in vaso

HIGHLIGHTS 2021



33%

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

8.827

il totale delle **analisi svolte su** tutti i nostri **prodotti**

7.011

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

14

le **nuove specialità alimentari** inserite nella gamma

PRODOTTI

MATERIALI

100%

la percentuale di **cartone FSC** per il pack dei nostri oli

100%

la percentuale di **materiali riciclabili** nel pack dei nostri oli

0,004%

la percentuale di **materiali non differenziabili** sul totale del peso di tutti i nostri pack



Obiettivo raggiunto



Obiettivo non raggiunto a causa di ritardi attribuibili alla pandemia da Coronavirus



Risultato invariato

Solo prodotti di altissima qualità



Sicurezza, qualità e comunicazione: garanzia di successo

Fratelli Carli opera conformemente a un **programma di garanzia della qualità** adeguatamente documentato ed effettua periodicamente opportune **verifiche interne** documentate e regolamentate. Esiste inoltre un sistema di analisi, svolte dal **laboratorio interno** alla Fratelli Carli in cui vengono esaminate le caratteristiche dell'olio di oliva prodotto e acquistato, garantendo così la presenza del **Certificato di analisi** per ogni lotto di olio di oliva prodotto.

Il **sistema di gestione per la sicurezza alimentare** della Fratelli Carli è basato sui principi del Codex Alimentarius e sul Re. CE 852/2004. Fratelli Carli effettua un'**analisi dei pericoli e rischi**, anch'essa basata sui principi e regolamenti citati, che prende in considerazione tutti i pericoli chimici, fisici e biologici che interessano il settore alimentare, compresi gli allergeni, e definisce quali di questi possono essere rilevanti per le diverse tipologie di prodotto della Fratelli Carli.

7.011 analisi svolte dal laboratorio interno

Per Fratelli Carli, la **qualità è un requisito imprescindibile**, per questo l'azienda si impegna da sempre a garantirla, insieme a elevati standard di sicurezza dei prodotti, partendo dal controllo delle materie prime acquistate, passando per la produzione e la distribuzione, fino ad arrivare negli Empori e nelle case dei clienti.

Accanto alla garanzia di un prodotto di elevata qualità, Fratelli Carli promuove lo sviluppo di una comunicazione responsabile, capace di fornire ai propri clienti le giuste informazioni in etichetta

RICETTE CORTE: SICUREZZA, QUALITÀ, GENUINITÀ E NATURALITÀ

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 racchiusi 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.

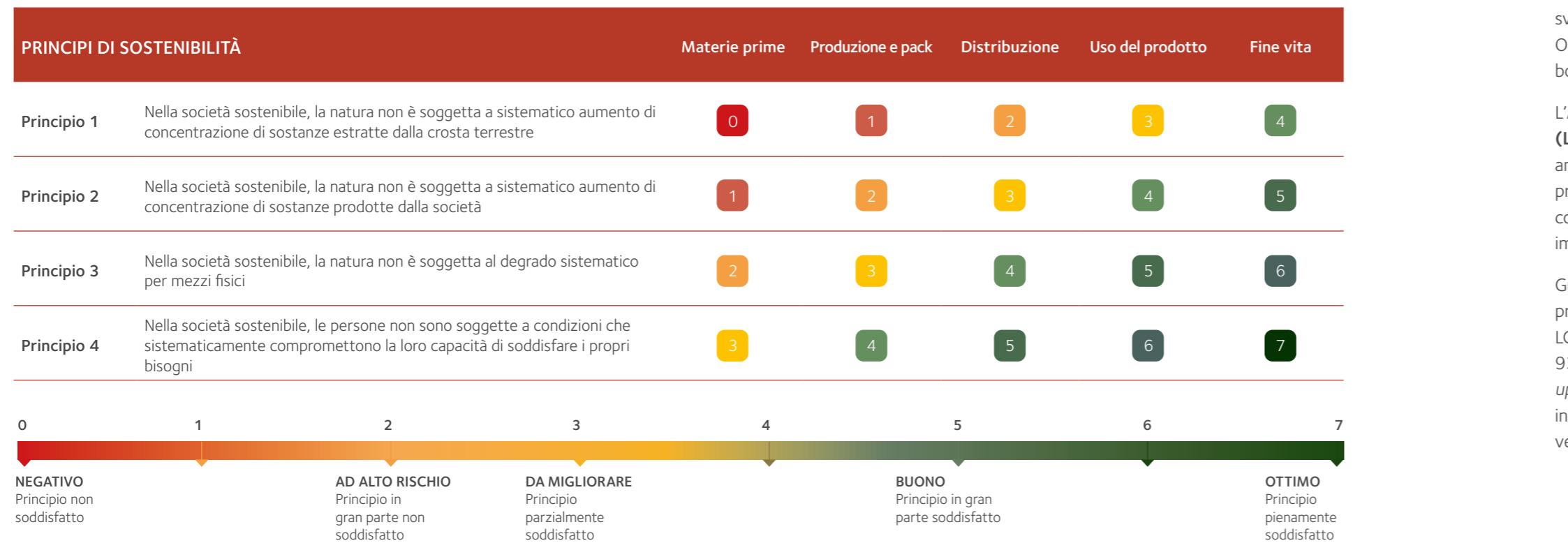
Il rapporto diretto e personale con tutti i fornitori, selezionati attentamente e coinvolti pienamente nel percorso di sostenibilità dell'azienda, permette di condividere con tutta la supply chain i medesimi valori. Ad oggi già due tra i più importanti fornitori di specialità alimentari hanno ottenuto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



Conoscere per migliorare: un impegno condiviso

Analisi SLCA: il ciclo di vita del prodotto rispetto ai principi di sostenibilità

L'azienda analizza i prodotti con l'SLCA (Sustainable Life Cycle Assessment): una metodologia che permette di conoscerne e migliorarne gli impatti sociali e ambientali, a partire dalla materia prima fino al consumo.



L'analisi prevede l'identificazione, lungo l'intero ciclo di vita del prodotto, degli impatti positivi o negativi rispetto ai 4 principi di sostenibilità.

La matrice risultante permette di identificare gli ambiti di miglioramento che vengono intercettati nelle successive analisi annuali.

Iniziata nel 2012, l'analisi SLCA dei prodotti viene ripetuta nel tempo per monitorare l'evoluzione conseguente agli interventi migliorativi in tema di sostenibilità. Nel 2021 è stata ulteriormente incrementata la percentuale di prodotti analizzati, equivalente al 39% di tutte le linee di prodotto, rispetto al 35% dell'anno precedente, e corrispondente al 78% del totale del fatturato.

Analisi LCA: l'impronta ambientale del prodotto lungo il suo ciclo di vita

Per avere piena cognizione del proprio rapporto con l'ambiente, per un'azienda che vende beni di consumo, è fondamentale conoscere l'impatto che i propri prodotti hanno sull'ecosistema. Questo significa comprenderne le implicazioni lungo l'intera catena del valore facendo affidamento su metodologie rigorose che riescano a isolare le esternalità negative con rigore e precisione.

Per questa ragione, nel 2021 Fratelli Carli ha deciso di svolgere 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, o **Life Cycle Assessment (LCA)**, permette di quantificare i potenziali impatti ambientali associati a un prodotto a partire dalle materie prime fino alla gestione del fine vita. Questa mappatura consente di identificare gli ambiti maggiormente impattanti.

Guardando invece alla sola impronta carbonica dei prodotti (una delle aree di impatto presa a esame nel LCA), la maggior parte dell'impatto (il 78% per l'Olio e il 93% per il Tonno) si colloca durante le fasi di produzione upstream (rispettivamente, la coltivazione e la pesca, insieme alle lavorazioni) prima che la materia prima venga affidata a Fratelli Carli.



I risultati dello studio in termini assoluti sono i seguenti:

Olio Extra Vergine di Oliva in bottiglia	1LT.	Olio di Oliva in bottiglia	1LT.	Olio di Oliva in lattina	1LT.	Tonno Bianco in scatoletta	200gr
kg CO ₂ eq	2,7	3,7	3,3	3,6			

2,7

3,7

3,3

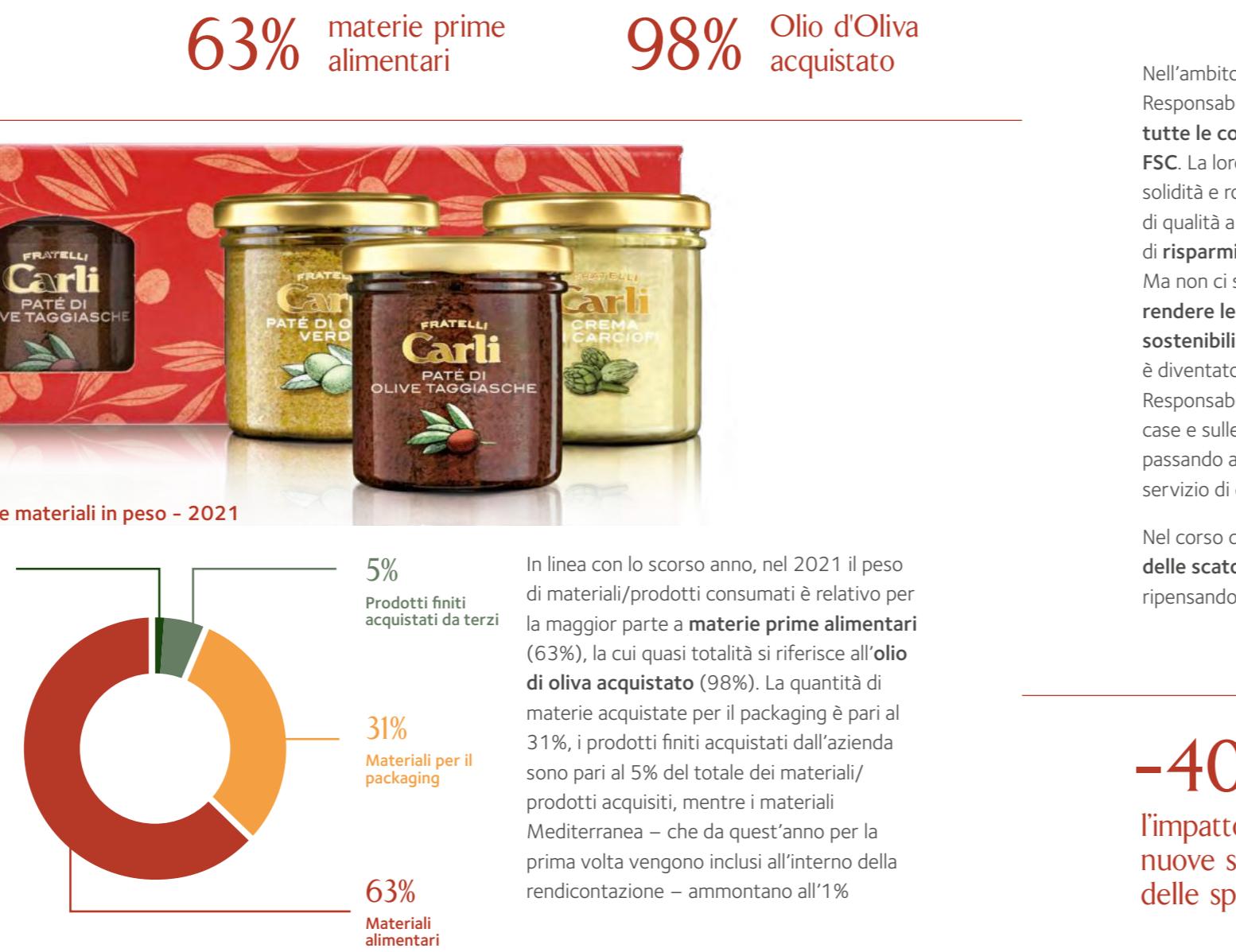
3,6

Materiali: riciclabili, biodegradabili, rinnovabili

Fratelli Carli, da sempre attenta all'impatto che genera sull'ambiente, ha intrapreso da diversi anni un percorso di sostituzione dei materiali utilizzati per il confezionamento dei prodotti con materiali sempre più sostenibili. Questo percorso ha portato l'azienda a fare ricorso sia a filiere gestite secondo lo standard FSC, che garantisce una gestione sostenibile delle foreste, che ad assicurare la riciclabilità del packaging.

Le tipologie di materiali utilizzate dall'azienda per i propri prodotti possono essere suddivise in tre macro-categorie:

- materiali per il packaging:** materiali utilizzati per il packaging dei prodotti Fratelli Carli (es., carta e cartone, vetro, legno);
- materiali alimentari:** tutte le materie prime e i semilavorati utilizzati per i prodotti finiti della Fratelli Carli (es. olio, polpa di pomodoro, basilico);
- prodotti finiti acquistati da terzi:** prodotti finiti con ricette esclusive per Fratelli Carli (es. dolci, vini, saponi).



Le nuove confezioni di Olio Carli

Nell'ambito dei materiali, il viaggio verso il Progresso Responsabile è partito nel 2015, utilizzando per tutte le confezioni di Olio Carli solo cartone 100% FSC. La loro riprogettazione, che mantiene invariate solidità e robustezza in modo da garantire gli standard di qualità a cui sono stati abituati i clienti, ha permesso di risparmiare oltre 85.000 Kg di carta in un anno. Ma non ci si è fermati qui e, nel 2019, si è lavorato per rendere le scatole del prodotto principe totalmente sostenibili. È stato quindi scelto un **cartone avana** che è diventato la "tela" su cui raccontare l'idea di Progresso Responsabile: portare tutti i giorni l'alta qualità nelle case e sulle tavole dei clienti, partendo dal campo e passando attraverso i fornitori, i materiali e l'esclusivo servizio di consegna.

Nel corso del 2021 si è lavorato alla riprogettazione delle scatole delle specialità alimentari in vaso, ripensandole completamente in ottica di sostenibilità.

-40%
l'impatto ambientale delle
nuove scatole per i vasi
delle specialità alimentari

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

Oltre alle analisi di ciclo di vita precedentemente presentate, nel 2021 è stato svolto un **Life Cycle Assessment** (LCA) che consentisse di mettere a confronto le scatole di cartone vecchie e nuove utilizzate per il confezionamento dei vasetti prodotti dall'azienda.

L'assessment, nello specifico, ha riguardato le confezioni precedentemente utilizzate, sulle quali l'inchiostro veniva applicato con la tecnologia di stampa offset in policromia a 5 colori, e le nuove scatole Avana, che oltre a richiedere meno cartone, vengono decorate con tecnologia di stampa flexo che permette l'utilizzo di un minor quantitativo di inchiostro (monocromatico).

L'analisi LCA ha sondato 6 categorie di impatto ambientale:

- Il cambiamento climatico (kg CO₂e)
- La riduzione dello strato di ozono (mg CFC-11-Eq)
- La formazione di smog fotochimico (kg NMVOC-Eq)
- L'acidificazione (kg SO₂e)
- L'eutrofizzazione – acqua dolce (kg PO₄e)
- L'esaurimento della risorsa idrica (m³-Eq).

* 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 2021. 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.



Quotidianamente Fratelli Carli lavora per migliorare, compatibilmente con le evoluzioni tecniche, i propri materiali e nel corso del 2021 le azioni messe in campo sono state molteplici.

È stato completato il passaggio, **per tutte le buste con le quali vengono inviati i listini in ogni Paese servito dall'azienda, alla finestra in "pergamino"**, una sottile pellicola di carta satinata trasparente, che ha sostituito la tradizionale finestra in plastica. In questo modo la busta è ora completamente smaltibile nella carta e sono stati risparmiati in un anno circa 600 kg di plastica.

Sono state completamente eliminate le etichette "segacollo" adesive che riportavano il nome del cliente su ciascun collo in consegna. Questo è stato possibile implementando l'organizzazione logistica interna e permetterà **ogni anno il risparmio di quasi 2 milioni di etichette**, pari a circa 3 tonnellate di carta, oltre all'eliminazione degli inchiostri e alla minor energia elettrica necessaria per la stampa.

3 ton di carta risparmiate eliminando le etichette segnacollo

20 ton di plastica vergine risparmiate con l'adozione di riempitivi con plastica riciclata

I **riempitivi in plastica**, utilizzati all'interno dei colli per l'estero, contengono, a partire da quest'anno, **il 50% di plastica riciclata pre-consumo**. Questa scelta ha permesso di risparmiare oltre 20 tonnellate di plastica vergine.

Per quanto riguarda **Mediterranea**, già a partire dal 2020 le buste in plastica per la spedizione dei cosmetici all'estero sono state sostituite con buste 100% cartone, che garantiscono la medesima sicurezza e che hanno permesso un **risparmio di oltre 100 kg di plastica all'anno**.

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.

LA SOSTENIBILITÀ DEGLI EMPORI CARLI

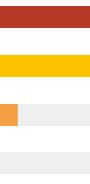
Nel corso del 2021, Fratelli Carli si è impegnata in un percorso di **ripensamento e ristrutturazione degli Empori**, finalizzato alla sostituzione di materiali tradizionali con materiali ecosostenibili, in linea con i più innovativi sviluppi della **bioedilizia**. Una scelta strategica, iniziata con la ristrutturazione dell'Emporio di Alba 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 CO₂, 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, nel 2021 Fratelli Carli si è inoltre impegnata in **una progressiva dematerializzazione della comunicazione degli Empori**, favorendo la sostituzione dei cartelloni all'interno delle vetrine con monitor digitali, e nella sostituzione dei cartellini porta prezzi in plastica con quelli in PLA biodegradabile. Altre significative iniziative saranno portate avanti nel 2022: tra queste si menzionano in particolare la produzione di shopper interamente circolari da scarti derivanti dai noccioli delle olive frante negli stabilimenti Carli, e il progetto "unico pack" previsto per il Natale 2022, che vedrà la realizzazione di shopper in materiale riciclato più grandi che potranno contenere più prodotti al fine di efficientare e minimizzare lo spreco di packaging.



EMPORIO ALBA

Pitture per interni



- 24%



- 41%



- 64%

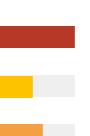


- 97%

Pavimenti in ceramica



- 6%



- 19%

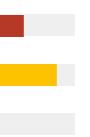


- 15%

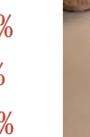
Profili portaprezzo



- 20%



- 10%



- 90%

Energia da risorse non rinnovabili

Emissioni di CO₂

Potenziale di acidificazione

Risorse idriche





Filiera di fornitura

DA SEMPRE SCEGLIAMO ATTENTAMENTE E CONOSCIAMO DI PERSONA I NOSTRI FORNITORI

“ Da sempre conosciamo di persona i nostri fornitori e condividiamo con loro la passione per “le cose fatte bene”. Senza di loro non sarebbe possibile dare vita a un'eccellenza che nasce dall'entusiasmo di chi è al nostro fianco per tracciare insieme un percorso di sostenibilità e per dare valore al progetto di un mondo migliore. ”



Gino De Andries
Responsabile Controllo Qualità
Prodotto

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio
Acquisti Alimentare

Marta Gorlero
Responsabile Marketing e
Sviluppo Prodotto Alimentare



OBIETTIVI 2021



Incrementare il numero di fornitori coinvolti nei **Codici**

RISULTATI 2021

- ✓ + 20% di fornitori rilevanti coinvolti nei **Codici della Bontà e della Bellezza**
- ✓ Valutati secondo criteri ambientali e sociali tutti i nuovi fornitori rilevanti
- ✓ Valutati secondo criteri ambientali e sociali tutti i nostri padroncini che curano le consegne



Aggiornare i Codici di **Bontà e Bellezza** in linea con gli **SDGs** di Distretto insieme alla filiera di fornitura

OBIETTIVI 2022-2024



Obiettivo raggiunto



Obiettivo non raggiunto a causa di ritardi attribuibili alla pandemia da Coronavirus

HIGHLIGHTS 2021



46%

la percentuale di **acquisto da fornitori** coinvolti nei **Codici dell'Olivo, di Bontà e della Bellezza** rispetto al totale del costo del venduto

74%

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

23%

la percentuale di acquisti da **piccoli fornitori**, con **meno di 20 dipendenti**, sul totale del fatturato

2

i nostri **fornitori** di specialità alimentari **Certificati B Corp**

Oltre **100**

i **fornitori** che hanno partecipato ai **5 webinar di approfondimento** sugli SDGs di Distretto

La nostra filiera e il valore del territorio

L'azienda mostra una netta predilezione per i **fornitori locali** situati in Italia, con il **74% del budget** di approvvigionamento a loro allocata.

Proporzione di spesa verso fornitori locali (2021)



Una delle caratteristiche fondamentali di Fratelli Carli è relativa alla catena di fornitura: per lo svolgimento delle proprie attività, infatti, l'azienda può contare su una solida struttura di fornitori che nel tempo ha conosciuto limitati cambiamenti – sintomo della **relazione duratura** che viene instaurata e mantenuta.

Fratelli Carli è consapevole della centralità che il coinvolgimento dei fornitori ricopre nella realizzazione di prodotti e politiche aziendali sempre più sostenibili in ogni fase del processo produttivo.

Per questo, a partire dal 2012, l'azienda ha individuato **quattro Distretti**, dedicati alle diverse tipologie di fornitori, e, con ciascuno di essi, ha dato vita ad uno specifico "Codice" che indica un percorso di obiettivi e di iniziative concrete di innovazione sostenibile.

Con l'obiettivo di contribuire al miglioramento costante del dialogo con i propri fornitori, improntato alla condivisione dei valori e delle *best practices* dell'azienda, nel 2021 Fratelli Carli ha aggiornato i Codici della Bontà, della Bellezza e delle Consegne, integrandoli con gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs) e introducendo **nuovi KPI di valutazione per i fornitori**. Inoltre, così come per gli scorsi anni, tutti i nuovi fornitori rilevanti dell'anno 2021 sono stati valutati secondo criteri ambientali e sociali.

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



Il Distretto dell'Olio - il Codice dell'Olivo

Con il Codice dell'Olivo **vengono coinvolti oltre 200 fornitori di olive e olio di oliva per garantire**, al di là dell'assoluta eccellenza dell'olio, la sostenibilità del ciclo produttivo. Un percorso di lavoro comune basato sull'applicazione e il controllo nel tempo di pratiche sostenibili nelle fasi di coltivazione e produzione per quanto riguarda le risorse, le persone, il territorio e le tecnologie produttive.

Attraverso la sottoscrizione del Codice dell'Olivo, i fornitori di olive e olio di Fratelli Carli assicurano il rispetto di determinati standard di qualità e sostenibilità; a questo, l'azienda affianca **un'attività di monitoraggio delle performance di sostenibilità dei propri fornitori attraverso un questionario specifico**, in cui i fornitori riportano le loro certificazioni di qualità e sostenibilità e monitorano il loro impegno su temi ambientali e sociali quali l'utilizzo di acqua ed energia, la gestione dei rifiuti, la tutela della biodiversità e del paesaggio e la salute e sicurezza sul lavoro.

Nel 2020 sono stati coinvolti in particolar modo i fornitori **della Grecia e della Spagna** e gli **aspetti principali oggetto di valutazione** sono stati relativi a:

- gestione della risorsa idrica (es. monitoraggio e registrazione consumi, tipologia di fonte idrica);
- consumi energetici (es. monitoraggio e registrazione consumi, utilizzo fonti rinnovabili, riduzione consumi);
- gestione dei rifiuti (es. monitoraggio e registrazione dei rifiuti, gestione sostenibile degli scarti di produzione);
- condizioni di lavoro e sicurezza (es. benessere dei lavoratori, riduzione infortuni sul lavoro, formazione e crescita professionale);
- rispetto della biodiversità e del paesaggio;
- pratiche agronomiche sostenibili (es. utilizzo sostenibile dei fitosanitari e dei fertilizzanti).

Il Distretto Alimentare - il nuovo Codice della Bontà

Nel 2021 Fratelli Carli ha aggiornato il Codice della Bontà, che comprende **le aziende produttrici delle specialità alimentari e i fornitori di packaging e materiali complementari, definendo l'impatto della filiera sugli obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** e integrando nuovi KPI, tanto per le aziende del Distretto (prendendo in considerazione la percentuale di energia proveniente da fonti rinnovabili, la percentuale di donne tra i collaboratori del Distretto e il possesso di eventuali certificazioni aziendali o di prodotto), quanto per i loro prodotti (valutando il numero di prodotti analizzati attraverso la metodologia LCA e implementando le analisi SLCA sui singoli prodotti forniti). Il Distretto è impegnato a raggiungere gli obiettivi definiti dal Codice della Bontà 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.

Codice della Bontà: ha portato le aziende del Distretto a migliorare costantemente le loro performance di sostenibilità e ha fatto sì che almeno 3 aziende della filiera siano diventate delle B Corp o Società Benefit

Questo approccio ha portato le aziende del Distretto a migliorare costantemente le loro performance di sostenibilità e ha fatto sì che almeno 3 aziende della filiera siano diventate delle B Corp o Società Benefit. Nel corso del 2021, inoltre, il numero di fornitori rilevanti coinvolti nel Codice della Bontà è stato incrementato del 20%.

Il Distretto della Cosmesi - il nuovo Codice della Bellezza

15 produttori ispirati dalla bellezza e impegnati a dare vita a un progetto di cosmesi naturale, biologica e sostenibile. Anche il Codice della Bellezza, la guida condivisa da Mediterranea e i suoi fornitori, è stato aggiornato nel 2021 **definendo l'impatto della filiera sugli obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** e integrandolo con nuovi KPI, relativi alla sostenibilità dell'azienda (percentuale di energia

20% la percentuale di incremento di fornitori rilevanti coinvolti nel Codice della Bontà

DISTRETTI E MAPPATURA DEGLI SDGs

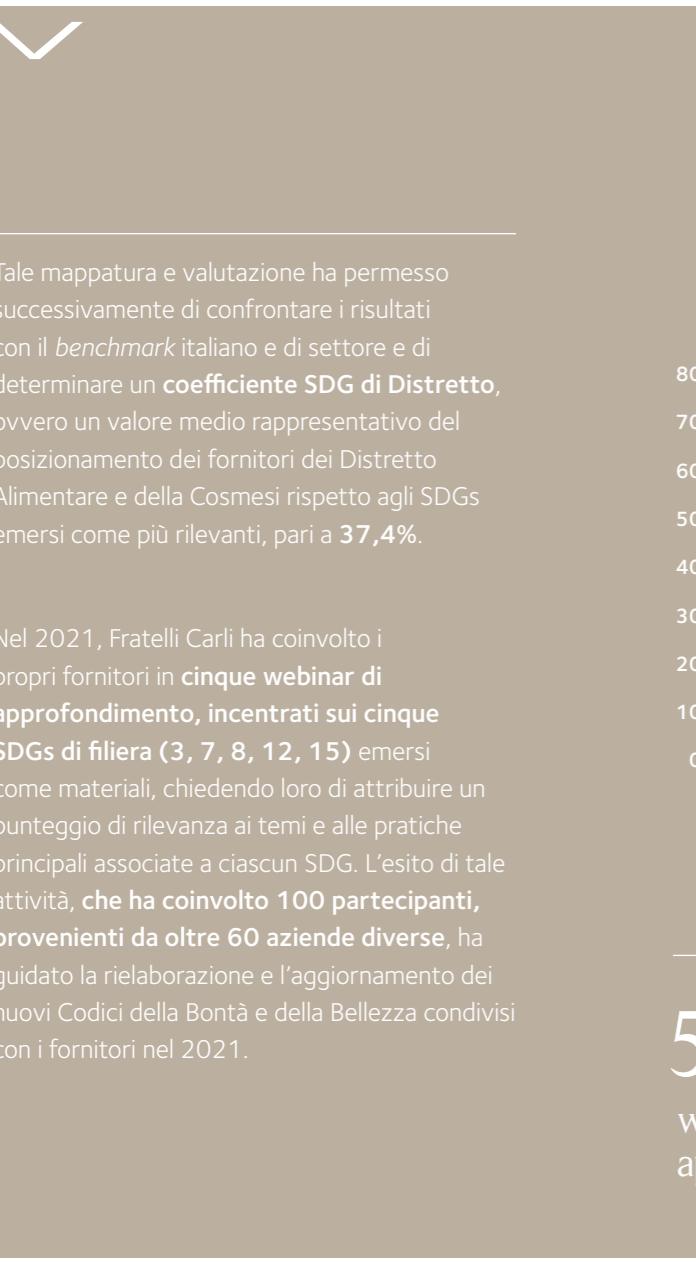
Per potenziare il collegamento tra gli impegni dei **Distretto Alimentare e della Cosmesi** veicolati dai rispettivi Codici, e gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** delle Nazioni Unite, Fratelli Carli, attraverso l'utilizzo del **SDG Action Manager**, ha intrapreso un percorso di analisi e misurazione del posizionamento dei fornitori coinvolti (circa 60 aziende) rispetto a determinati SDGs. L'SDG Action Manager è uno strumento strategico ed operativo ideato per supportare tutti i tipi di imprese nel misurare e sviluppare l'impatto delle proprie performance di sostenibilità ed accelerare, quindi, il proprio percorso organizzativo di avanzamento verso gli SDGs.

In particolare, nel corso del 2020, le aziende del Distretto si sono misurate su due SDG comuni: il **Modulo base**, che incorpora gli aspetti di governance ambientale e di rispetto dei diritti umani, e l'**SDG 12**, Consumo e produzione responsabili, oltre che su un SDG a propria scelta.

Mettendo in relazione quante aziende hanno scelto ciascun SDG (**rilevanza**) e il relativo punteggio medio ottenuto in termini di performance associata al raggiungimento degli obiettivi (**proattività**), è stata costruita la **matrice di materialità** degli SDG del Distretto.



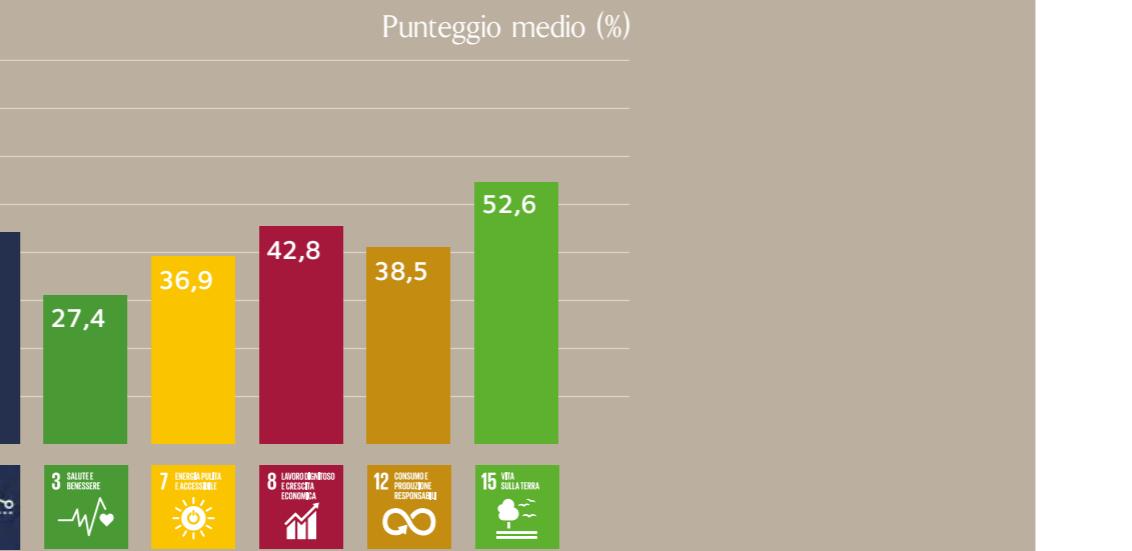
Nel **riquadro bianco** sono evidenziati gli obiettivi che si sono dimostrati essere i più rilevanti per i fornitori: 15: *Vita sulla terra*; 8: *Lavoro dignitoso e crescita economica*; 7: *Energia pulita e accessibile*; 3: *Salute e benessere*; 12: *Consumo e produzione responsabile*.



5

webinar di approfondimento

100 partecipanti



60 aziende diverse



L'azienda ha sviluppato anche un modello di “logistica sostenibile”, con l'obiettivo di ridurre i consumi di energia e le relative emissioni di CO₂.



Energia e Risorse

GLI SPRECHI SONO UNA MANCANZA DI RISPETTO, QUINDI LI EVITIAMO DA SEMPRE

“ Crediamo che l'energia e le risorse naturali siano fonti di vita e di benessere per l'uomo. Sappiamo che non sono illimitate. Per questo evitiamo gli sprechi e utilizziamo solo energia elettrica da fonti rinnovabili. Una delle scelte irrinunciabili per continuare a garantirci una possibilità di futuro. ”



Federico Calzamiglia
Direttore Operations



OBIETTIVI 2021



Redigere il primo inventario delle emissioni GHG dell'azienda

RISULTATI 2021

✓ Completato l'inventario delle emissioni **Scope 1** e **Scope 2** e delle emissioni **Scope 3** più rilevanti

OBIETTIVI 2022-2024

- Completamento dell'inventario delle emissioni Scope 3
- Compensazione dell'impatto ambientale di tutte le consegne a domicilio dei clienti in Italia
- Definizione e implementazione di un piano per il raggiungimento della Carbon Neutrality dell'organizzazione
- Mantenimento della percentuale dei rifiuti inviati a recupero superiore al 90% sul totale dei rifiuti prodotti
- Implementazione del Sistema di Gestione Ambientale

HIGHLIGHTS 2021



100%

1.020.279

23,15

91%

16%

100%

-9%

l'energia elettrica utilizzata certificata **da fonti rinnovabili**
kWh l'**energia elettrica** prodotta dall'**impianto fotovoltaico di proprietà**
le **tonnellate di Co₂** per milione di fatturato
i **rifiuti inviati al recupero** sul totale dei rifiuti
l'**energia elettrica da fonte rinnovabile autoprodotta** e consumata
rispetto al totale dell'energia elettrica consumata
le **confezioni di prodotti Fratelli Carli** che riportano **indicazioni**
per un **corretto smaltimento** di tutti i componenti
le **emissioni totali di Co₂eq** per Scope 1 e Scope 2

ENERGIA E RISORSE



Obiettivo raggiunto



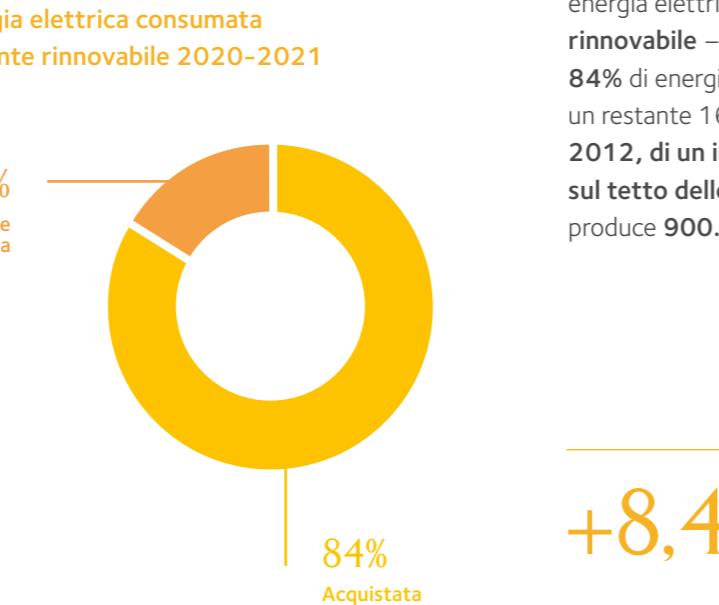
Obiettivo non raggiunto a causa di ritardi attribuibili alla pandemia da Coronavirus

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

L'energia di Fratelli Carli

Al fine di migliorare le proprie performance di consumo energetico, l'azienda monitora e rendiconta i propri consumi di carburanti, gas ed energia elettrica, redigendo periodicamente una **diagnosi energetica** sottoposta ad audit di terza parte.

Se già nel biennio 2019-2020 i consumi dell'azienda si erano significativamente ridotti come conseguenza dell'utilizzo dello smartworking e della limitazione degli spostamenti del personale, il biennio 2020-2021 ha visto una ulteriore lieve riduzione dei consumi energetici dovuta, oltre che al continuo impegno nell'efficientamento dei sistemi di raffreddamento e riscaldamento, al permanere delle restrizioni legate alla pandemia da Covid-19 e all'applicazione su larga scala del lavoro agile, comportando una riduzione dei consumi negli uffici. In particolare, i consumi sono diminuiti da **54.713 GJ** nel 2020 a **50.872 GJ** nel 2021.



L'impegno di Fratelli Carli è volto a ridurre costantemente l'uso delle risorse naturali non rinnovabili. Da una parte l'azienda ha da sempre promosso **progetti di efficientamento energetico e approvvigionamento da fonti di energia rinnovabile**, dall'altro si impegna a ridurre gli sprechi e a favorire la sensibilizzazione dei propri stakeholder sull'utilizzo responsabile ed efficiente delle risorse naturali.

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**.

Energia elettrica consumata da fonte rinnovabile 2020-2021

Il ricorso a energia elettrica, per **più di un terzo dei consumi totali** di energia nel biennio 2020-2021, è indicatore di una maggiore sostenibilità nel consumo energetico complessivo dell'azienda. Infatti, Fratelli Carli ha scelto un percorso di energia sostenibile, approvvigionando energia elettrica proveniente al **100% da fonte rinnovabile** – di cui, nel biennio 2020-2021, un **84%** di energia elettrica acquistata e consumata e un restante **16%** derivante dall'**installazione, nel 2012, di un impianto fotovoltaico di 8.500 m² sul tetto dello stabilimento** che, mediamente, produce **900.000 Kwh l'anno**.

L'installazione di un impianto fotovoltaico contribuisce positivamente al consumo di energia elettrica sostenibile anche all'**esterno dell'azienda**. Infatti, più del **9%** dell'energia prodotta, che non viene consumata, viene **reimessa nella rete**, per un ammontare pari a **86.865 kWh** nel 2020 e **94.209 kWh** nel 2021 – contribuendo quindi alla riduzione del mix energetico nazionale.

Inoltre, per ottimizzare i propri consumi di energia, l'azienda ha **installato lampade a LED a basso consumo** in gran parte delle aree aziendali, rinnovato il parco mezzi e concluso la **sostituzione degli impianti di condizionamento** con soluzioni a basso impatto energetico.

+8,4% i kWh autoprodotti e reimessi nella rete nel 2021

-9% le emissioni complessive di Co₂eq

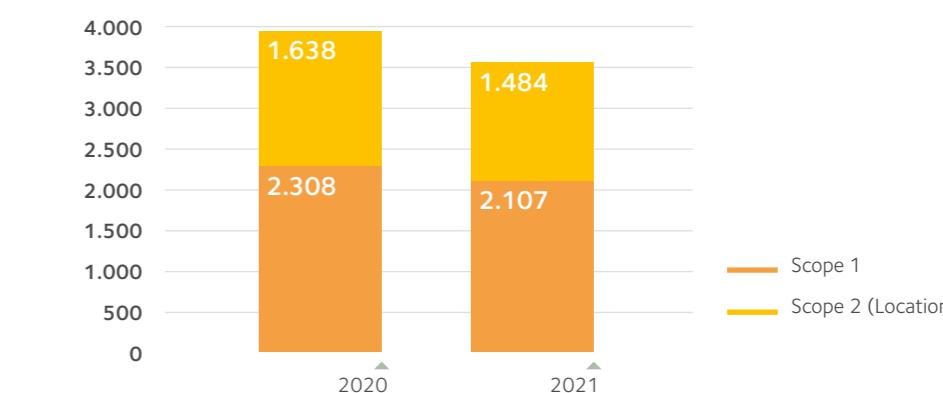


Crescita a ridotte emissioni

A un impegno finalizzato alla riduzione dei consumi energetici corrisponde un effetto positivo in termini di **emissioni di gas a effetto serra**. In particolare, nel 2021 Fratelli Carli ha ridotto le proprie emissioni Scope 1³ rispetto all'anno precedente, passando da **2.308 tonnellate di CO₂eq a 2.107 tonnellate di CO₂eq (-9%)**, in linea con la riduzione dei consumi energetici che ha caratterizzato l'azienda nel 2021.

La scelta strategica di utilizzare energia elettrica interamente approvvigionata da fonti rinnovabili permette all'azienda di avere delle emissioni Scope 2 Market Based⁴ nulle e di ridurre il proprio impatto in termini di emissioni complessive del 9%: **da 3.946 tonnellate di CO₂eq nel 2020 a 3.591 tonnellate di CO₂eq nel 2021**.

Emissioni GHG (tCO₂e)



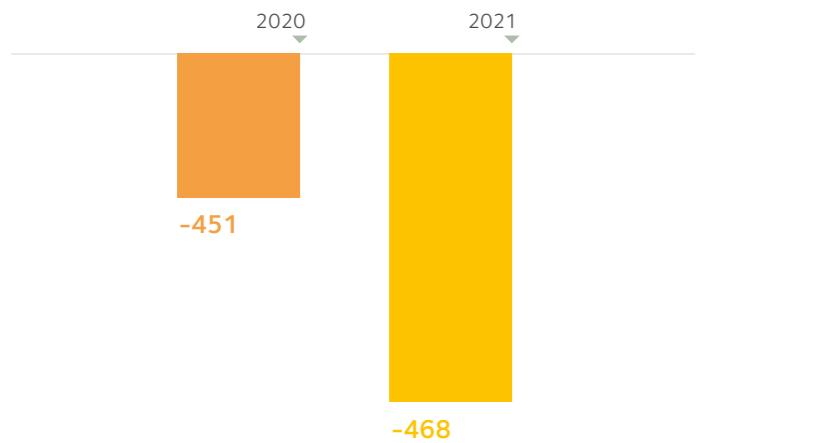
³ Le emissioni Scope 1 sono definite come le emissioni dirette di gas ad effetto serra da fonti detenute o controllate dall'azienda.

⁴ 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.

468 le tonnellate di Co₂ risparmiate grazie all'impianto fotovoltaico

La produzione di energia elettrica pulita tramite l'impianto fotovoltaico installato presso gli stabilimenti di Imperia permette di **risparmiare l'emissione di un totale di 468 tonnellate di CO₂** che sarebbero state 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 (tCO₂e)



Nel 2021, Fratelli Carli ha inoltre avviato la **mappatura dei consumi e dell'impronta carbonica della propria logistica**, un percorso che sarà completato nel 2022 e che permetterà di individuare scelte strategiche volte a ridurre i consumi e l'impatto ambientale associati al trasporto. Infine, nel corso dell'anno l'azienda ha redatto una relazione sul Mobility Management che analizza il dettaglio degli spostamenti casa – lavoro dei propri collaboratori.

80% dei dipendenti risiede a meno di 10 Km dalla sede di lavoro

IL QUESTIONARIO DI MOBILITÀ SOSTENIBILE PER I DIPENDENTI DI FRATELLI CARLI

Nel 2021, Fratelli Carli ha sottoposto ai dipendenti un questionario, indagando le loro abitudini in termini di spostamenti casa-lavoro. La percentuale di dipendenti che ha risposto al sondaggio è pari al 67%.

Il campione dei partecipanti allo studio è costituito per il 53% da donne e il 47% da uomini, con una prevalenza di lavoratori con contratto a tempo indeterminato (87%), con età superiore ai 50 anni (47%), seguiti da dipendenti con età compresa tra i 30 e i 40 anni (17%) e dal restante personale con meno di 30 anni (5%).

L'indagine svolta ha permesso di osservare che l'80% dei dipendenti risiede a meno di 10 km dalla sede di lavoro, mentre la modalità di spostamento preferenziale, fortemente influenzata dalla durata del viaggio, è risultata l'automobile, utilizzata dal 55% dei dipendenti, a fronte del 13,5% che utilizza un motoveicolo, del 23% che si sposta a piedi e del restante 2% e 3% che abitualmente usufruisce rispettivamente della bicicletta e del trasporto pubblico.

Fratelli Carli, consapevole dell'importanza di promuovere modalità di trasporto più sostenibili, terrà conto degli esiti dell'indagine cercando di individuare, nel prossimo futuro, interventi e iniziative volti a limitare l'uso dell'automobile da parte dei dipendenti, anche attraverso un confronto costante con le attività di efficientamento del trasporto pubblico e ottimizzazione dei percorsi ciclo-pedonali promossi dal Comune e dalla Provincia.

La gestione dei rifiuti

L'attenzione verso tutte le attività che generano o possono generare rifiuti è da sempre uno degli obiettivi nella gestione della quotidianità di Fratelli Carli. A questo fine vengono coinvolti tutti i

dipendenti, i collaboratori e le aziende che operano nell'ambito dell'azienda stessa. Le responsabilità e le modalità della corretta gestione dei rifiuti e degli scarti sono descritte in un'apposita procedura, implementata e aggiornata secondo eventuali modifiche del processo produttivo sulla base dei requisiti stabiliti dalla legislazione vigente in materia.

Negli ultimi anni Fratelli Carli ha condotto una mappatura di tutte le attività che generano la produzione di "rifiuti" e/o "scarti", ottenendo una completa classificazione e caratterizzazione degli stessi al fine di individuare opportune modalità di gestione e implementare idonee aree adibite al **deposito temporaneo** dei rifiuti speciali e alla **raccolta differenziata** dei rifiuti urbani.

Per questi ultimi, infatti, in azienda sono state allestite aree chiamate "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 e plastica;
- rifiuti prodotti dall'attività di lavorazione alimentare;
- toner delle stampanti;
- alluminio;
- terre decoloranti da filtrazione;
- oli e grassi commestibili;
- fanghi prodotti da operazioni del frantoio.

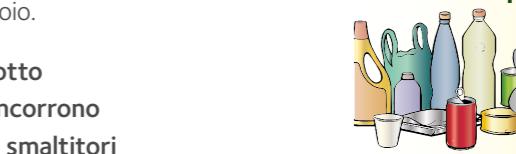
Fratelli Carli si impegna inoltre a **tenere sotto controllo l'operato dei fornitori che concorrono nella gestione dei rifiuti (trasportatori, smalitori e intermediari)**, valutando in sede di definizione del contratto le effettive autorizzazioni possedute da ciascuno e controllando in corso d'opera il rispetto delle prescrizioni previste dalle diverse regolamentazioni locali e nazionali. Nell'ambito del 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 sensibilizzazione per il corretto smaltimento dei rifiuti** in azienda.

FRATELLI Carli
DAL 1911
NOI DIFFERENZIAMO



CARTA E CARTONE

Carta, cartoncini, giornali, imballaggi di cartone, tetrapack.



PLASTICA E METALLI

Bicchieri e bottiglie di plastica, buste per alimenti, carta argentata, cellophane, lattine, barattoli metallo.



UMIDO

Avanzi di cibo, carta pulita bagnata, filtri the, sacchetti biodegradabili.



VETRO

Bottiglie, contenitori in vetro.



INDIFFERENZIATO

TUTTO QUELLO CHE NON È DIFFERENZIABILE O RECUPERABILE O SPORCO
Fazzoletti sporchi, scontrini, carta plastificata, carta oleata, gomme.

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 della stessa azienda, ma a monte e a valle della catena del valore dell'organizzazione.

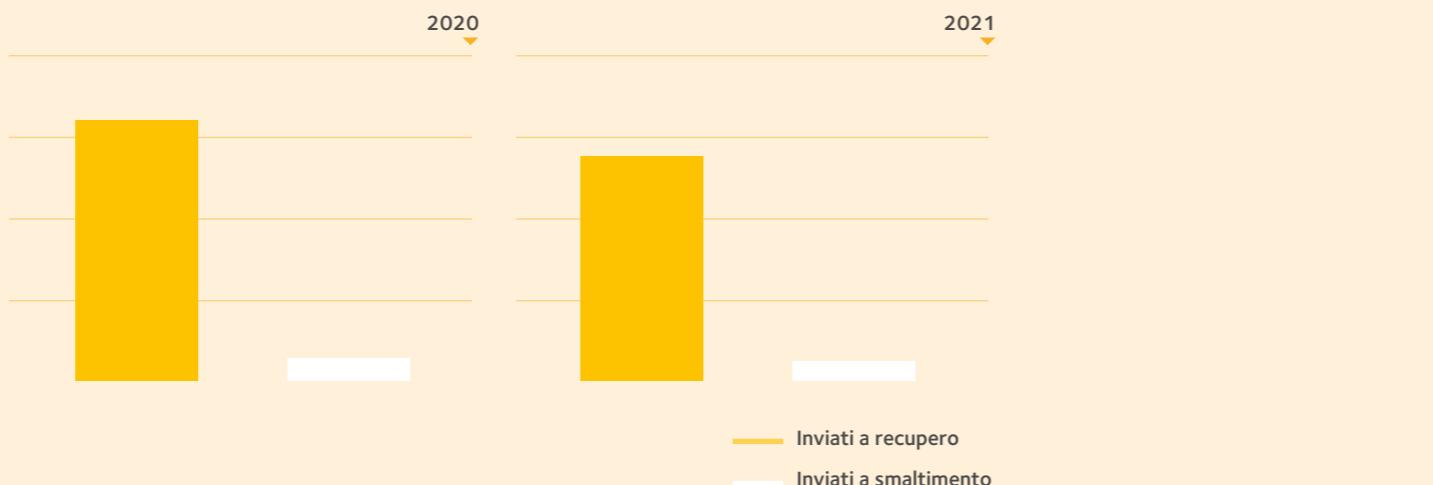
All'interno dell'organizzazione:

- alleggerimento delle confezioni in cartone;
- 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 pergamino, anziché in plastica, per tutte le buste.

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.

Rifiuti destinati a recupero e smaltimento (Kg)



-17% i rifiuti totali prodotti nel 2021

A valle dell'organizzazione:

- mappatura di tutti i materiali di pack e inserimento delle icone di smaltimento su tutte le confezioni di prodotti venduti dall'azienda;
- inserimento di codici QR sulle confezioni dei prodotti, la cui scansione rimanda a istruzioni di smaltimento dematerializzate.

Fratelli Carli invia la maggior parte dei rifiuti prodotti a recupero e riciclo. Nel biennio 2020-2021 la **quantità di rifiuti è diminuita grazie al continuo impegno di Fratelli Carli nel prevenirne la produzione**. Infatti, le principali categorie di rifiuto che hanno visto una riduzione sono plastica, carta e vetro, coerentemente con il percorso dell'azienda verso una riduzione significativa dei materiali utilizzati per il **packaging**. In linea con l'anno scorso, la **quantità inviata a recupero** è rimasta invece stabile e pari a circa il **90%** dei rifiuti prodotti.

Biocarburante dai sottoprodotto 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 gestione dell'acqua

Sulla strada del costante miglioramento delle pratiche sostenibili e del risparmio delle materie prime, negli anni sono state apportate importanti innovazioni al processo di lavorazione della raffineria, ottenendo un risparmio di circa 3 litri di acqua per ogni chilo d'olio lavorato.

Oltre a una costante attenzione al consumo di acqua, l'azienda si impegna nel monitoraggio e 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 accettare i carichi inquinanti rispetto a parametri significativi.



A questo fine, accanto al pozetto di scarico della sede di Imperia sono stati installati un **campionatore in continuo**, un **misuratore di portata** e una **sonda termometrica**. Gli standard di qualità fissati e rispettati per gli scarichi idrici sono quelli stabiliti dal D.Lgs. 152/06 e ss.mm.ii.

Le analisi svolte da un laboratorio esterno hanno sempre dimostrato 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 volontariamente giornalmente le **analisi di controllo sulle acque** verificando l'assoluta conformità dei parametri di qualità (es. COD, PH, Fenoli).

Al fine di gestire in maniera integrata gli impatti derivanti dal consumo e dallo scarico di acqua, nelle sedi di Imperia e Gazzelli sono stati installati degli **impianti di trattamento delle acque** che consentono di immettere nel corpo receptore 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

“ 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



OBIETTIVI 2021

Impegnarsi nella divulgazione della cultura della sostenibilità con la partecipazione a tavole rotonde, seminari, webinar

Partecipazione alla Fondazione ITS - Accademia Ligure Agroalimentare per la diffusione della cultura alimentare del territorio

RISULTATI 2021

✓ Finalizzata l'associazione a **Museimpresa**

✓ Attivati i **Corsi** del primo anno dell'Accademia Ligure Agroalimentare

OBIETTIVI 2022-2024

- Impegnarsi nella divulgazione della cultura della sostenibilità con la partecipazione a tavole rotonde, seminari, webinar
- Partecipazione al progetto B Corp "#Unlock Education" per le scuole del territorio
- Diffusione della cultura dell'alimentazione mediterranea attraverso tutti i canali dell'azienda
- Partecipazione alle attività associative di Museimpresa
- Sostegno alle attività della Fondazione ITS - Accademia Ligure Agroalimentare per la diffusione della cultura alimentare del territorio

HIGHLIGHTS 2021



100%

5.107

1.600

152

gli Empori che riportano **informazioni sulla sostenibilità**visitatori del **Museo dell'Olivo Carlo Carli** dalla riapertura a causa della pandemia nel mese di giugnoi **reperti** della **tradizione olivicola e oleicola** conservati dal Museo dell'Olivo Carlo Carlii **reperti** archeologici della Collezione Carli definiti **di "eccezionale interesse archeologico"** dal Ministero dei Beni Culturali

CULTURA E TRADIZIONE

Cultura, tradizione, sostenibilità

Così come nel 2020, anche nel 2021 parte delle iniziative che solitamente Fratelli Carli porta avanti nell'ambito della cultura, tradizione e sostenibilità ha subito un rallentamento a causa del perdurare della situazione pandemica. L'azienda ha comunque portato avanti diverse attività, a conferma di un rinnovato impegno nei confronti della comunità e della diffusione di una corretta cultura della sostenibilità alimentare nel territorio.

Progettazione della campagna Unlock Education

Valorizzando la propria appartenenza alla comunità B Corp, nel 2021 Fratelli Carli ha partecipato alla progettazione della campagna "#Unlock Education", un'iniziativa di educazione e sensibilizzazione alla sostenibilità rivolta alle giovani generazioni.

La campagna, che si rivolge ai ragazzi con un'età compresa tra i 14 e i 25 anni, mira a guidare gli studenti liceali e universitari verso i valori che ispirano il movimento globale di B Corp, incoraggiandoli a compiere azioni concrete che possano contribuire a un cambiamento positivo e tangibile sulla società e la biosfera. La campagna si articola in due fasi: la prima dedicata all'apprendimento e all'approfondimento, tramite la fruizione di corsi incentrati sulle tematiche B Corp, disponibili sul sito unlockededucation.it.

coinvolti ragazzi con un'età compresa tra **14 e 25 anni**

Fratelli Carli si impegna a **diffondere l'eccellenza gastronomica tipica dell'Italia**, che vanta un patrimonio contraddistinto da **prodotti e stili alimentari basati sulla dieta mediterranea**, apprezzata in tutto il mondo, a cui l'azienda si ispira insieme alle migliori pratiche di innovazione sostenibile.

La seconda, più concreta, finalizzata alla messa in pratica delle conoscenze acquisite, accedendo all'apposita sezione del sito "Take action". Al completamento del corso, infatti, i partecipanti sono indirizzati alla scelta di una o più azioni da realizzare, che comprendono, ad esempio, la partecipazione al percorso B Corp School, finalizzato a promuovere la connessione tra B Corp e scuole e a promuovere modelli di imprenditorialità rigenerativa, o l'impegno verso iniziative quali la pulizia del quartiere o campagne di riduzione della plastica nelle scuole.



Scopo dell'istituto è quello di formare professionisti specializzati nella realizzazione e sviluppo del prodotto, nonché nella sua commercializzazione, anche al fine di orientare lo sviluppo sostenibile delle filiere agroalimentari ed enogastronomiche verso una maggiore integrazione con il territorio

L'Accademia Ligure Agroalimentare

Nel corso dell'anno, Fratelli Carli ha supportato, insieme ad altre imprese liguri e all'istituto Superiore G. Ruffini, principale promotore dell'iniziativa, l'inaugurazione dell'Accademia Ligure Agroalimentare, un Istituto Tecnico Superiore con sede ad Imperia specificatamente incentrato sullo studio delle tecniche di produzione e trasformazione della filiera olivicola-olearia.

Scopo dell'istituto è quello di formare professionisti specializzati nella realizzazione e sviluppo del prodotto, nonché nella sua commercializzazione tramite tecniche di marketing, anche al fine di orientare lo sviluppo sostenibile delle filiere agroalimentari ed enogastronomiche verso una maggiore integrazione con il territorio, contrastando così lo spopolamento dell'entroterra e creando nuove opportunità professionali per i giovani del territorio.



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, è stato studiato, appositamente per gli Empori, il concept "Sostenibili per natura". Questo, declinato in una serie di materiali di comunicazione, con un linguaggio immediato e moderno, accompagna 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°.

Nel corso del 2021 si è finalizzata l'adesione a Museimpresa, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, che riunisce oltre 100 grandi archivi e musei di piccole e grandi aziende italiane.

Il Museo dell'Olivo Carlo Carli: la storia dell'olivo e dell'olio

Preziosi reperti archeologici, oggetti rari, contenitori, lumi ad olio e oliere, una biblioteca interamente dedicata alla cultura dell'olivo.

Una delle più importanti collezioni private italiane raccolta nel corso di molti decenni, tutelata dal Vincolo Ministeriale e dichiarata di "Eccezionale interesse archeologico" dalla Soprintendenza Archeologica della Liguria. Dall'origine delle prime civiltà, l'olio di oliva è stato protagonista di una storia millenaria: **un lungo percorso attraverso arte, cultura, economia, costume, olivicoltura.** Il Museo dell'Olivo Carlo Carli, fondato a Imperia dalla famiglia Carli nel 1992, è il contributo alla valorizzazione della memoria che oggi consente all'azienda di continuare una tradizione d'eccellenza.

Museimpresa

Nel corso del 2021 si è finalizzata l'adesione a Museimpresa, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, che riunisce oltre 100 grandi archivi e musei di piccole e grandi aziende italiane. Una scelta operata per dare l'apporto concreto del Museo dell'Olivo Carlo Carli alle finalità dell'Associazione, ovvero la salvaguardia della memoria dell'industria italiana e la valorizzazione delle capacità imprenditoriali quali motori di sviluppo sostenibile, la facilitazione della diffusione delle conoscenze ed esperienze delle diverse realtà museali e l'incremento delle attività di ricerca e formazione nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa.



1992 anno di fondazione
del Museo dell'Olivo
Carlo Carli



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 Standards.



Lucio Carli
Responsabile Divisione Cosmesi

Carlo Carli
Direttore Generale

Gian Franco Carli
Presidente e Amministratore Delegato

Claudia Carli
Responsabile Comunicazione Corporate

Nota metodologica

Il presente documento è stato predisposto in conformità con i **GRI – Global Reporting Initiative – Sustainability Reporting Standards**. In particolare, secondo quanto previsto dallo Standard GRI 101: Foundation, paragrafo 3, il documento è stato redatto secondo l'opzione “*In accordance – Core*”. 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 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 stakeholder 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 Bilancio 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

⁵ 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 Goals – SDGs 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

Di seguito sono riportate le principali metodologie di calcolo utilizzate:

- **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, 2019-2020.
- **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.
- **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.

L'analisi di materialità

Con lo scopo di procedere all'individuazione delle tematiche materiali, sono state realizzate analisi desk volte a comprendere le **aspettative degli stakeholder** di Fratelli Carli.

L'analisi si è articolata in:

- **analisi di benchmark:** al fine di individuare i temi di sostenibilità maggiormente trattati, sono stati analizzati i report di sostenibilità pubblicati da un panel di aziende best in class del settore agroalimentare, retail e della cosmetica;
- **analisi documenti di settore:** sono stati analizzati i principali documenti di sostenibilità pubblicati dalle più importanti organizzazioni internazionali in tema di sostenibilità e i documenti prodotti da associazioni e organizzazioni specifiche di settore;
- **analisi della rassegna stampa:** è stata realizzata un'analisi degli articoli pubblicamente disponibili legati a Fratelli Carli e agli ambiti di sostenibilità maggiormente rilevanti, con lo scopo di individuare le pressioni da parte dell'opinione pubblica e dei media;

• **macro-trend di sostenibilità:** sono stati analizzati i documenti e i report delle organizzazioni non governative più rilevanti ed influenti, dei *policy makers* e delle principali Borse a livello globale con lo scopo di identificare le principali tematiche di sostenibilità a livello locale ed internazionale.

Per l'individuazione delle tematiche più rilevanti per Fratelli Carli, è stata invece condotta un'analisi interna che, coinvolgendo il Comitato di Sostenibilità, ha guidato il processo di prioritizzazione dei temi e la costruzione della matrice di materialità. Dalle analisi svolte è emersa la coerenza con i Pilastri di Sostenibilità precedentemente definiti dall'azienda e dal Comitato stesso. Sono stati così identificati e definiti un totale di **14 temi materiali** che sono stati incanalati nei Pilastri di Sostenibilità dell'azienda, al netto di una sola **tematica trasversale** relativa alla conduzione **etica del business**.

14 temi materiali

Tabella di raccordo GRI - Temi materiali

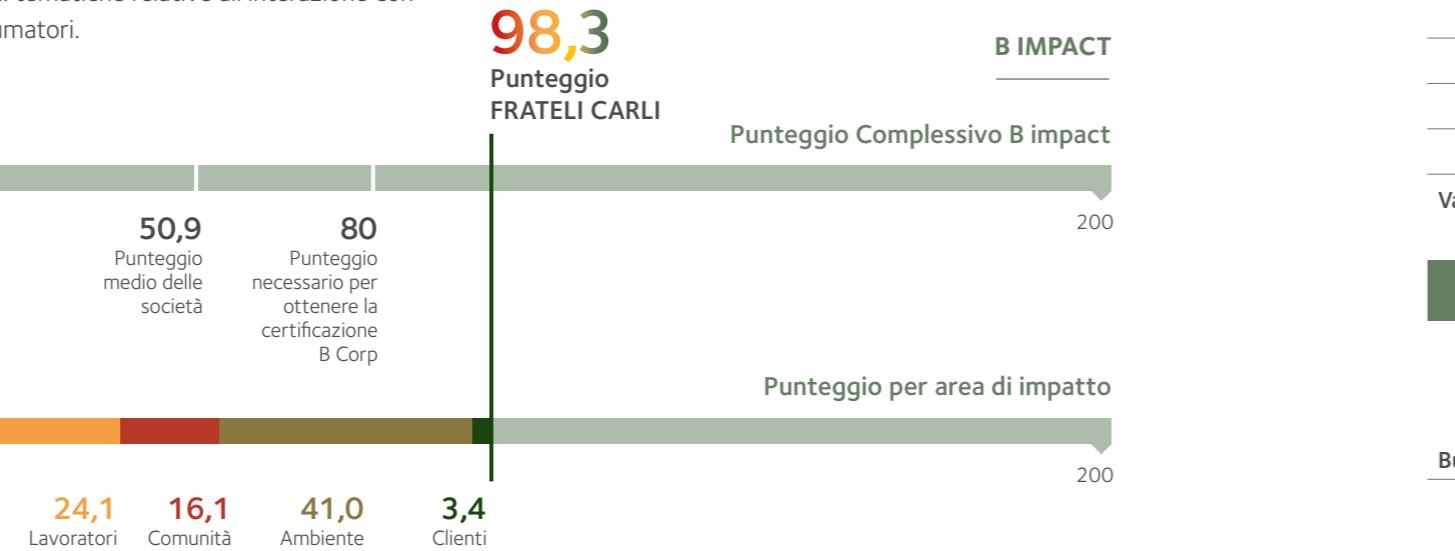
TEMATICA	TEMI MATERIALI	TOPIC GRI	PERIMETRO DELL'ASPETTO
	Sicurezza e diritti dei dipendenti Benessere e sviluppo delle persone Diversità e Pari opportunità Soddisfazione dei clienti	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro GRI 406: Non discriminazione GRI 404: Formazione e istruzione GRI 401: Occupazione GRI 405: Diversità e pari opportunità GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	INTERNO Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. ESTERNO Fornitori
	Sicurezza alimentare Qualità ed eccellenza dei prodotti Sostenibilità dei materiali ed eco-design del prodotto	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti GRI 417: Marketing ed etichettatura GRI 301: Materiali	Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.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	Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. Fornitori
	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	Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B.
	Promozione di stili di vita sani attraverso il Made in Italy	-	Fratelli Carli S.p.A S.B.
	Conduzione etica del business Rispetto della privacy	GRI 205: Anticorruzione GRI 406: Non discriminazione GRI 418: Privacy dei clienti	Fratelli Carli S.p.A S.B. Fratelli Carli S.p.A S.B.

Profilo d'impatto di Fratelli Carli Società Benefit

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. La certificazione sarà aggiornata nell'anno 2023.

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 (€)			
2019	2020	2021	
161,109,317	159,734,113	155,247,840	
155,130,929	148,433,564	147,958,061	
Costi operativi	136,050,136	128,123,856	128,187,903
Salari e benefit dei dipendenti	17,763,504	17,667,762	17,905,787
Pagamenti ai fornitori di capitale	1,043,066	887,615	932,420
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	274,223	1,754,331	931,951
Investimenti nella comunità	58,042	79,369	152,695
Valore economico trattenuto	5,978,388	11,300,549	7,289,778
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 204-1 Proporzione di spesa verso i fornitori locali (%)			
2019	2020	2021	
73%	72%	74%	
Budget di approvvigionamento speso per fornitori locali			

ANTICORRUZIONE			
GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese (n)			
	2019	2020	2021
Episodi di corruzione accertati	0	0	0
Cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro l'organizzazione o i suoi dipendenti	0	0	0

INFORMATIVA GENERALE			
GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori (n)			
	2019	2020	2021
Dipendenti			
Donne	359	373	381
Uomini	167	178	187
Contratto Full-Time	266	263	263
Donne	88	86	93
Uomini	178	177	170
Contratto Part-Time	93	110	118
Donne	79	92	94
Uomini	14	18	24
Contratto a tempo indeterminato	327	336	346
Donne	149	160	168
Uomini	178	176	178
Contratto a tempo determinato	32	37	35
Donne	18	18	19
Uomini	14	19	16

OCCUPAZIONE			
GRI 401-1 Nuove assunzioni (n)			
	2019	2020	2021
Assunzioni totali	90	128	125
Genere			
Donne	47	65	65
Uomini	43	63	60
Fascia d'età			
<30 anni	25	25	53
30 ≤ x ≤ 50 anni	43	43	51
>50 anni	22	22	21

GRI 401-1 Turnover (n)			
	2019	2020	2021
Cessazioni totali	87	114	117
Genere			
Donne	34	54	56
Uomini	53	60	61
Fascia d'età			
<30 anni	21	58	47
30 ≤ x ≤ 50 anni	29	30	43
>50 anni	37	26	27

SALUTE E SICUREZZA			
GRI 403-9 Infortuni sul lavoro			
	U.M.	2020	2021
Dipendenti			
Numero totale di ore lavorate	n.	614.952	634.763
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	2	1
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0
Tasso di infortunio	Tasso	0,65	0,32
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0
Lavoratori non dipendenti, ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione			
Numero totale di ore lavorate	n.	85.322	91.024
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	0,0	0,0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0,0	0,0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0,0	0,0
Tasso di infortunio	Tasso	0,0	0,0
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0

FORMAZIONE			
GRI 401-1 Ore medie di formazione annua per dipendente (h)			
	2020	2021	
Genere			
Donne	5,99	13,3	
Uomini	8,18	7,6	
Categoria professionale			
Dirigenti	7,5	32,1	
Quadri	9,6	20,9	
Impiegati	7,9	12,6	
Operai	5,4	3,6	



DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ					
GRI 405-1 Diversità negli organi di governo (n. e %)					
	2020	n.	%	2021	n.
Genere					
Donne		1	20		1 20
Uomini		4	80		4 80
Fascia d'età					
<30 anni		0	0		0 0
30 ≤ x ≤ 50 anni		2	40		2 40
>50 anni		3	60		3 60
GRI 405-1 Diversità tra i dipendenti (n. e %)					
Categoria professionale	2019	n.	%	2020	n.
Genero					
Dirigenti		4	1,1		4 1,1
Donne		0	0,0		0 0,0
Uomini		4	2,1		4 2,1
Quadri		12	3,3		11 2,9
Donne		5	3,0		5 2,8
Uomini		7	3,6		6 3,1
Impiegati		224	62,4		241 64,6
Donne		141	84,4		152 85,4
Uomini		83	43,2		89 45,6
Operai		119	33,1		117 31,4
Donne		21	12,6		21 11,8
Uomini		98	51,0		96 49,2

segue
▼

Fascia d'età	2019	n.	%	2020	n.	%	2021	n.	%
<30 anni		16	4,5		26	7,0		28	7,0
Dirigenti		0	0,0		0	0,0		0	0,0
Quadri		0	0,0		0	0,0		0	0,0
Impiegati		13	5,8		23	9,5		25	9,9
Operai		3	2,5		3	2,6		3	2,7
30 ≤ x ≤ 50 anni		185	51,5		184	49,3		176	46,2
Dirigenti		0	0,0		0	0,0		0	0,0
Quadri		4	33,3		3	27,3		2	18,2
Impiegati		136	60,7		142	58,9		136	53,8
Operai		45	37,8		39	33,3		38	33,6
>50 anni		158	44,0		163	43,7		177	46,5
Dirigenti		4	100,0		4	100,0		4	100,0
Quadri		8	66,7		8	72,7		9	81,8
Impiegati		75	33,5		76	31,5		92	36,4
Operai		71	59,7		75	64,1		72	63,7

PRIVACY DEI CLIENTI

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

	2019	2020	2021
Numero totale di reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti	4	3	8
Di cui ricevuti da soggetti esterni	4	3	8
Di cui provenienti da organi di controllo	0	0	0

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

	2019	2020	2021
Numero totale di furti o perdite identificati di dati dei clienti	0	6	1

Indicatori ambientali

		MATERIALI	
GRI 301-1 Consumo di materiali (ton)			
	2020	2021	
Materiali per il packaging			
Plastica	9.310	8.661	
Carta e cartone	2.952	2.712	
Legno	186	185	
Banda stagnata	182	204	
Alluminio	22	18	
Vetro	5.879	5.466	
Materiali alimentari	28.244	17.836	
Olio	27.747	17.431	
Olive per frantoio	246	83	
Altri materiali (es. polpa di pomodoro, basilico, formaggio)	230	322	
Prodotti finiti acquistati da terzi	1.796	1.511	
Prodotti "Mare" (es. tonno, ventresca, acciughe)	420	409	
Dolci delle feste (es. panettoni, colombe)	205	222	
Saponi	273	133	
Pasta secca	136	184	
Olive / Patè di olive	81	144	
Altri prodotti finiti (es. grigliati, marmellate, focaccia, zuppe)	398	419	

segue



ENERGIA					
GRI 302-1 Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili					
	U.M.	2019	2020	2021	
Diesel	l	101.636	100.500	93.510	
GPL	l	12.300	9.087	7.214	
Gas naturale	Stdm ³	753.909	713.038	606.787	
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	141.750	135.445	148.654	
	Benzina	11.324	7.799	11.393	

EMISSIONI					
GRI 305-1 Emissioni Scope 1 (tCO ₂ eq)					
	2019	2020	2021		
Consumo di energia elettrica acquistata ⁶	5.051.521	4.873.655	4.710.066		
di cui con certificazione da fonte rinnovabile	5.051.521	4.873.655	4.710.066		
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e venduta	69.747	86.865	94.209		
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e consumata	872.762	882.177	926.070		

⁶ I consumi di energia elettrica si riferiscono solo alle sedi di Imperia e Gazzelli e ai tre depositi di proprietà (Assago, Pognano). I consumi extra perimetro sono associati agli empori in affitto, pari a 283.934 kWh nel 2019 (13 sedi) e a 340.871 kWh nel 2020 (17 sedi) e ai depositi in affitto, pari a 5.528 kWh nel 2019 e a 5.870 kWh nel 2020.

GRI 302-1 Energia consumata (GJ)					
	2019	2020	2021		
Diesel		8.714	8.376	8.669	
GPL		293	216	171	
Benzina		330	227	334	
Gas naturale		26.615	25.172	21.408	
Energia elettrica		21.327	20.721	20.290	
Totale		57.279	54.713	50.872	
EMISSIONI					
GRI 305-1 Emissioni Scope 1 (tCO ₂ eq)					
	2019	2020	2021		
Diesel		641	616	641	
GPL		19	14	11	
Benzina		24	17	24	
Gas naturale		1.490	1408	1203	
Perdite di gas refrigeranti		227	253	228	
Totale Scope 1		2.401	2.308	2.107	
GRI 305-2 Emissioni Scope 2 (tCO ₂ eq)					
	2019	2020	2021		
Location-Based		1.813	1.638	1.484	
Market-Based ⁷		0	0	0	

⁷ 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.

	ACQUA		
	GRI 303-3 Prelievo idrico per fonte (ML)		
	2019	2020	2021
Prelievo da pozzi	183	189	124
Prelievo da acquedotto	13	14	15
Totale prelievo idrico	196	203	139
	GRI 303-4 Scarico idrico per destinazione (ML)		
	2019	2020	2021
Scarico in impianto comunale	194	200	133
Totale scarico idrico	194	200	133
	GRI 303-5 Consumo di acqua (ML)		
	2019	2020	2021
Prelievo idrico totale	196	203	139
Scarico idrico totale	194	200	133
Consumo totale di acqua	2	3	6

	RIFIUTI	
	GRI 306-3/306-4/306-5 Rifiuti prodotti, non destinati a smaltimento e destinati a smaltimento (t)	
	2020	2021
Solventi di laboratorio	<1	<1
Packaging		
Carta	447	401
Plastica	21	22
Vetro	29	34
Rifiuti alimentari	24	17
Toner delle stampanti	0	<1
Rottami di alluminio	2	5
Terre decoloranti da filtrazione	257	179
Oli e grassi commestibili	1	2
Fanghi prodotti da operazioni del frantoio	478	219
Altri differenziati	5.848	5.035
Rifiuti urbani non differenziati	7	3
Totale	7.114	5.917
<i>Di cui pericolosi</i>	12	12
<i>Di cui non pericolosi</i>	7.102	5.905
<i>Di cui inviati a riciclo/recupero</i>	6.431	5.385
<i>Di cui non inviati a riciclo/recupero</i>	683	532

GRI Content Index

GRI Standard

Disclosure

Descrizione

Riferimento

Omissioni – Note

GRI 102 General disclosure 2016

Profilo organizzazione	102-1	Nome dell'organizzazione	Pag. 7, pag. 27
	102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	Pagg. 16-19
	102-3	Luogo della sede principale	Via Garessio 11 - 18100 Imperia (IM)
	102-4	Luogo delle attività	Via Garessio 11-13 - Imperia (IM) Via Monte Pasubio 31 - frazione Gazzelli, Chiusanico (IM)
	102-5	Proprietà e forma giuridica	Pag. 7, pag. 27
	102-6	Mercati serviti	Pag. 10, pag. 27
	102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 10, pag. 27
	102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	Pagg. 46-55
	102-9	Catena di fornitura	Pagg. 74-81
	102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Non vi sono state modifiche significative nell'anno di rendicontazione
	102-11	Principio di precauzione	Pag. 102
	102-12	Iniziative esterne	Pag. 56
	102-13	Adesione ad associazioni	Pagg. 34-35

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.

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
Strategia	102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Pag. 7	
Etica e integrità	102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	Pagg. 22-43	
Governance	102-18	Struttura della governance	Pagg. 22-23	
Stakeholder engagement	102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	Pag. 34	
	102-41	Accordi di contrattazione collettiva	Tutti i dipendenti sono coperti da CCNL	
	102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	Pagg. 32-34	
	102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 34	
	102-44	Temi e criticità chiave sollevati		Non sono state sollevate criticità chiave da parte degli stakeholder
Pratiche di rendicontazione	102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Pag. 103	
	102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Pag. 105	
	102-47	Elenco dei temi materiali	Pagg. 40-41; pag.105	
	102-48	Revisione delle informazioni	N/A	
	102-49	Modifiche nella rendicontazione	N/A	
	102-50	Periodo di rendicontazione	01.01.2021 al 31.12.2021	
	102-51	Data del report più recente		Questo documento rappresenta la seconda edizione del Report di Sostenibilità di Fratelli Carli.
	102-52	Periodicità della rendicontazione		Annuale
	102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il Report		sosteniamoci@oliocarli.it
	102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Pag. 120	
	102-55	Indice dei contenuti GRI	Pag. 120	
	102-56	Assurance esterna	Pag. 128	

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
TEMI ECONOMICI (GRI 200)				
GRI 201 Performance economiche 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 35; pag. 107	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 35; pag. 107	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 35; pag. 107	
	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 35; pag. 107	
GRI 204 Pratiche di approvvigionamento 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 76-81; pag. 107	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 76-81; pag. 107	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 76-81; pag. 107	
	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Pagg. 76-81; pag. 107	
GRI 205 Anticorruzione 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 108	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 108	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 108	
	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Pag. 108	
TEMI AMBIENTALI (GRI 300)				
GRI 301 Materiali 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 62-71; pag. 114	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 62-71; pag. 114	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 62-71; pag. 114	
	301-1	Materiali utilizzati per peso e volume	Pagg. 62-71; pag. 114	
GRI 302 Energia 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 85-86; pagg. 116-117	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 85-86; pagg. 116-117	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 84-86; pagg. 116-117	
	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Pagg. 84-86; pagg. 116-117	

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
GRI 303 Acqua e scarichi idrici 2018				
GRI 303 Acqua e scarichi idrici 2018	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 91; pag. 118	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 91; pag. 118	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 91; pag. 118	
	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 91; pag. 118	
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Pag. 91; pag. 118	
GRI 305 Emissioni 2016	303-3	Prelievo idrico	Pag. 91; pag. 118	
	303-4	Scarico di acqua	Pag. 91; pag. 118	
	303-5	Consumo di acqua	Pag. 91; pag. 118	
	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 87-88; pag. 117	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 87-88; pag. 117	
GRI 306 Rifiuti 2020	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 87-88; pag. 117	
	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Pagg. 87-88; pag. 117	
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Pagg. 87-88; pag. 117	
	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 89-90; pag. 119	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 87-88; pag. 117	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 87-88; pag. 117	
	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi legati ai rifiuti	Pagg. 87-88; pag. 117	
	306-2	Gestione degli impatti significativi legati ai rifiuti	Pagg. 87-88; pag. 117	
	306-3	Rifiuti prodotti	Pagg. 87-88; pag. 117	
	306-4	Rifiuti recuperati e non destinati allo smaltimento	Pagg. 87-88; pag. 117	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	Pagg. 87-88; pag. 117	
	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
TEMI SOCIALI (GRI 400)				
GRI 401 Occupazione 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 46-56; pag. 109	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 46-56; pag. 109	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 46-56; pag. 109	
	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Pagg. 46-56; pag. 109	
	401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo indeterminato ⁷	Pagg. 46-56; pag. 109	
GRI 403 Salute e sicurezza dei lavoratori 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pagg. 48-53; pag. 110	
	403-9	Infortuni sul lavoro	Pagg. 48-53; pag. 110	
GRI 404 Formazione e istruzione 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 54-55; pag. 111	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 54-55; pag. 111	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 54-55; pag. 111	
	404-1	Ore medie di formazione annua dei dipendenti	Pagg. 54-55; pag. 111	
GRI 405 Diversità e pari opportunità 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 49; pagg. 112-113	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 49; pagg. 112-113	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 49; pagg. 112-113	
	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Pag. 49; pagg. 112-113	

⁷ Il piano di welfare prevede varie misure ad hoc per ciascuna categoria di dipendenti a seconda del livello di inquadramento e in conformità con quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro, è integrato da benefit addizionali, rivolti a tutto il personale con contratto a tempo indeterminato.

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
GRI 406 Non discriminazione 2016				
	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 49; pagg. 54-55	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 49; pagg. 54-55	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 49; pagg. 54-55	
	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Non si sono verificati casi di discriminazione nel periodo di rendicontazione
GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 57-59	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 57-59	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 57-59	
	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Pagg. 57-59	
GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
	414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Pagg. 62-67; pagg. 74-81	
GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 64-65	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 64-65	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 64-65	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Pagg. 64-65	
GRI 418 Privacy dei clienti 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 57-59; pag. 113	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 57-59; pag. 113	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 57-59; pag. 113	
	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Pagg. 57-59; pag. 113	

GRI Standard	Disclosure	Descrizione	Riferimento	Omissioni – Note
ALTRI TEMI NON GRI				
Promozione di stili di vita sani attraverso il Made in Italy	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pagg. 94-99	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pagg. 94-99	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pagg. 94-99	





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 2021.

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) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, l'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 Meravigli, 12 – 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 2.525.000,00 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice Univoco del soggetto iscritto: 09424002684 - Numero R.E.A. di Milano 606198 - P.IVA 00881231002
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998
Iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione
Consob 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 accettare 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 da remoto 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 2021 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, 20 giugno 2022

EY S.p.A.



Riccardo Riva
(Revisore Legale)

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Riccardo Riva', followed by the text '(Revisore Legale)' in parentheses.



Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Via Garessio 11, 18100 Imperia

www.oliocarli.it