



**Euro
Company**
food for change

Relazione di Sostenibilità

► 2020 > 2021

Euro
Company

food for change

LA NOSTRA MISSION

01. Offriamo a tutti i nostri dipendenti un **ambiente etico** e stimolante nel quale essere felici, confrontarsi, crescere e realizzare se stessi.
02. Riduciamo al minimo possibile le lavorazioni della materia prima, per garantire ogni giorno la migliore **frutta secca ed essiccata** ai nostri consumatori.
03. Investiamo nelle energie rinnovabili, nella riduzione dei rifiuti e nello sviluppo di packaging più sostenibili, per la **salvaguardia del pianeta**.
04. Crediamo nelle **relazioni durature** con i nostri fornitori, unica via per garantire loro un'esistenza dignitosa, assicurando al tempo stesso il miglior prodotto possibile ai nostri consumatori.
05. Sosteniamo il mercato italiano e il nostro territorio, prediligendo **fornitori locali** ogni volta che ciò è possibile.
06. Scegliamo clienti e fornitori che condividano i **nostri stessi valori**.
07. Stimoliamo un **corretto stile di vita** attraverso progetti, percorsi ed eventi rivolti alla comunità.



Relazione di Sostenibilità 2020 > 2021

La presente Relazione di Sostenibilità è dettagliata secondo i **sette punti della Mission aziendale**, così come sono stati definiti da tutto il personale della Euro Company S.p.A. SB.

Riuniti in più gruppi di studio, nel 2019 gli **oltre 300 lavoratori Euro Company** hanno individuato insieme i valori e i relativi ambiti che, messi “nero su bianco”, hanno caratterizzato l’Azienda da quel momento in avanti. Frutto di questa ricerca sono i sette punti che oggi compongono la Mission aziendale, definita e sottoscritta da tutti, metro di giudizio e di prospettiva su cui si basa la Relazione di Sostenibilità.



Indice

- p. 6 I 17 significati della Sostenibilità
di Mario Zani
- p. 12 Essere migliori per il mondo, essere B Corp
- p. 14 La nostra missione _ radice #01:
per un ambiente etico e stimolante
- p. 56 La nostra missione _ radice #02:
per offrire il migliore prodotto possibile
- p. 70 La nostra missione _ radice #03:
per la salvaguardia del pianeta
- p. 86 La nostra missione _ radice #04:
**per una relazione etica e duratura con
i nostri fornitori**
- p. 96 La nostra missione _ radice #05:
**per tutelare l'eccellenza del nostro
territorio**
- p. 112 La nostra missione _ radice #06:
per la condivisione dei nostri valori etici
- p. 120 La nostra missione _ radice #07:
**per il benessere del corpo, della mente
e della comunità**
- p. 130 Etica e legalità

I 17 significati della Sostenibilità

La diffusa consapevolezza sull'ambiente e su cosa possiamo fare per ridurre il nostro impatto ambientale ha portato la parola *Sostenibilità* a evolversi, negli ultimi 50 anni, da sostantivo a valore. E per certi versi questo ha complicato un po' le cose.

Tutto è iniziato nel 1972, con la prima conferenza ONU dedicata all'Ambiente, quando la *Sostenibilità* venne presentata come un concetto, come un pensiero da configurare su tutte le attività dell'uomo.

Quindici anni dopo, sempre all'ONU, il presidente della Commissione mondiale su Ambiente e Sviluppo, Gro Harlem Brundtland, presentò il rapporto *Our common future*, e *Sostenibilità* divenne ufficialmente una via di sviluppo economico e ambientale, con precise linee guida valide ancora oggi.

“

ANCORA PIÙ NECESSARIA
È DUNQUE LA FORZA
DELL'ESEMPIO, DEL
PERCORSO CHE
DAL PRINCIPIO
PORTA AL RISULTATO.

”

L'importanza e la diffusione del termine *Sostenibilità* sono così cresciute proporzionalmente all'evidenza di un cambio di passo necessario, di un globale aggiornamento di strategia per dare un pianeta anche alle generazioni future. Questo ha trasformato l'iniziale sostantivo in un valore, in un principio guida. E le azioni etiche sanno avere il difetto di incentivare più dibattito che soluzioni, di provocare un senso di ineluttabile o

addirittura di negazione dell'evidenza.

Davanti ai valori è facile perdere la bussola e il riferimento della concretezza. Stiamo inoltre parlando di impegni applicati su scenari inediti, che conosciamo solo in parte, con le relative scienze che intensificando la ricerca ampliano al contempo conoscenza ed entità dei dubbi su cui indagare.

Ancora più necessaria è dunque la forza dell'esempio, del percorso che dal principio porta al risultato.

La Relazione di Sostenibilità di Euro Company opera in questo senso: descrivere il percorso che dal principio porta all'esito finale, passando per l'atto pratico, e l'edizione 2020-2021 ha un'importante differenza rispetto alla precedente e anche in questo caso si può parlare di aumento di significato. Abbiamo dato maggior risalto al risultato conseguito, al vantaggio che l'intera comunità ha ricevuto grazie al lavoro di tutto il personale dell'Azienda.

I 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile individuati dall'ONU sono i nostri metri di giudizio e la soddisfazione complessiva di questi traguardi da parte di tutta l'Azienda è raccolta alla fine di ogni capitolo.

Questo per dare risalto a ciò che si può fare, convincendo con l'evidenza

“
OGNI SINGOLO
PRINCIPIO ED ESEMPIO
DI QUESTA RELAZIONE
VUOLE ESSERE
EVIDENZA DELLA
QUALITÀ DEI RISULTATI
OTTENUTI PER TUTTI,
AGGIORNANDO LA
NOSTRA STRATEGIA
DI AZIONE PER
LA PROSPERITÀ
DELLA COMUNITÀ
IN CUI VIVIAMO.

”

di un risultato vantaggioso, indubbiamente capace di premiare lo sforzo.

Come Azienda vogliamo influenzare l'industria alimentare, esaltando e condividendo i passi con cui il settore può intervenire, in modo straordinariamente positivo, sulla salute dell'ambiente e dei consumatori.

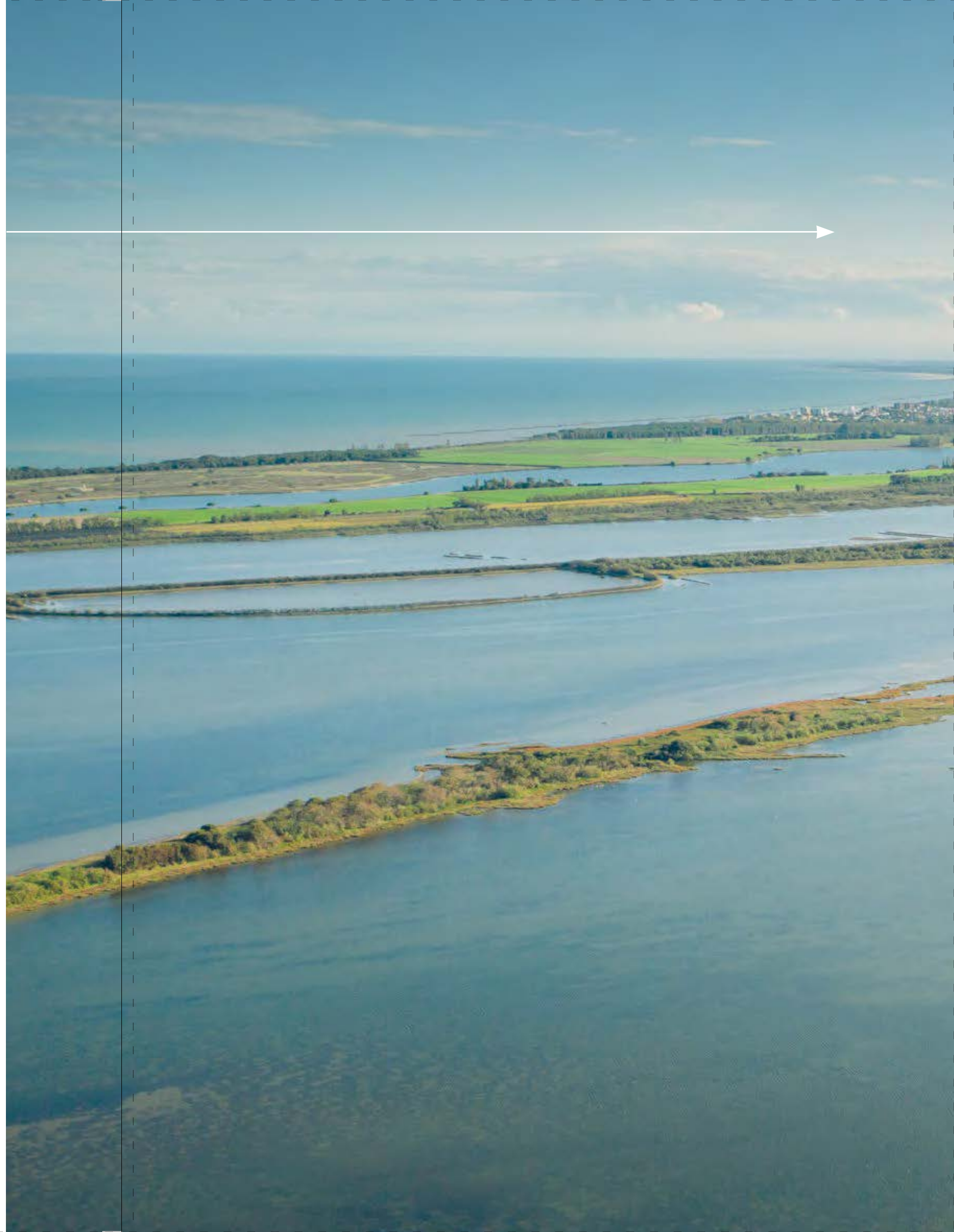
Ogni singolo principio ed esempio di questa Relazione vuole essere evidenza della qualità dei risultati ottenuti per tutti, aggiornando la nostra strategia di azione per la prosperità della comunità in cui viviamo. Lo scopo della Relazione di Sostenibilità è quello di dimostrare la qualità dei risultati che ne derivano, la soddisfazione e l'emozione che ogni nostra azione in questo senso genera.

“

I 17 OBIETTIVI PER LO
SVILUPPO SOSTENIBILE
INDIVIDUATI DALL'ONU
SONO I NOSTRI
METRI DI GIUDIZIO.

”

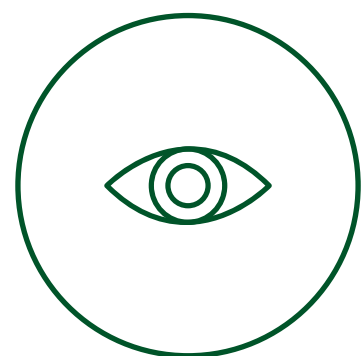
Mario Zani





IL NOSTRO PENSIERO

Aiutare le persone a seguire uno stile di vita sano e più vicino alla natura attraverso il consumo di **frutta secca ed essiccata**, promuovendo una cultura del benessere fisico e spirituale.



LA NOSTRA VISIONE

Essere un punto di riferimento per l'**alimentazione sana e sostenibile**, mettendo al centro la **salute**, il **rispetto del pianeta e delle persone**, con l'obiettivo ultimo di **influenzare l'intera industria alimentare**.

Certificazione



Questa compagnia
è conforme ai più alti
standard d'impatto
sociale e ambientale

Corporation

Essere migliori per il mondo, essere B Corp

Siamo partiti da una dichiarazione di intenti per giungere a un risultato tangibile.

Nel 2018 ci siamo trasformati in Società Benefit e abbiamo modificato lo statuto per proteggere la nostra missione: consci che fosse la strada giusta da intraprendere, l'anno successivo abbiamo ottenuto la certificazione di Benefit Corporation, il più elevato criterio per la valutazione dell'impatto su persone e ambiente da B Lab, l'ente certificatore.

Un'azienda B Corp, infatti, intende il business con una prospettiva più ampia ed evoluta, dove la ricchezza non si misura solo nel profitto ma nella massimizzazione dell'impatto positivo che l'azienda ha verso la comunità in cui opera, verso i suoi lavoratori e l'ambiente che la ospita.

La certificazione è assegnata alle aziende che, al perseguimento del risultato econo-

mico, affiancano obiettivi di beneficio sociale e ambientale e che possono misurare nel concreto questi risultati attraverso lo strumento messo a disposizione da B Lab, il B Impact Assessment.

Questa è la sostenibilità di un'azienda.

Siamo orgogliosi di aver ottenuto questa certificazione nel 2019, quando le B Corp erano 80 in Italia e circa 2500 nel mondo. Oggi parliamo la stessa lingua di oltre 4000 realtà. Ciascuna con il suo modo di applicarsi, tutte riunite dietro un unico obiettivo: "ridefinire un nuovo paradigma di business adeguato ai nostri tempi, concreto e replicabile".

Sono queste le parole del progetto *Unlock the Change*, una delle ultime iniziative in ordine di tempo realizzate dal movimento B Corp Italia. Come Euro Company e con *#unlockthechange* vogliamo coinvolgere

direttamente le persone in questo movimento, mettendole al corrente di cosa sta cambiando nel mercato e in che modo. Far conoscere le B Corp ha lo scopo di condividere questa esperienza affinché venga replicata. E l'unico modo che i consumatori hanno di cambiare il mercato è quello di cambiare la domanda, di pretendere determinati valori da parte delle aziende che scelgono di sposare con i loro acquisti.

Fra le varie iniziative che coinvolgono le B Corp c'è un progetto che porta l'imprenditorialità benefit nelle scuole, B Corp School, e la campagna *#unlockthechange* che promuove, in particolare, due iniziative: la *carbon neutrality* e la *gender equality*.

Il primo tema è affrontato con la realizzazione di un gruppo di lavoro interaziendale sulla *climate neutrality*, dove le B Corp con maggior esperienza sul tema hanno elaborato una precisa serie di linee guida per favorire le imprese in questo percorso di sostenibilità. Condividere è il verbo di questa iniziativa.

Il secondo tema, la *gender equality*, è l'applicazione di un sistema di misurazione e valutazione dell'impegno rispetto alle diversità, all'equità e all'inclusione all'interno degli ambienti di lavoro.

Su questa rotta, Euro Company nel settembre 2021 è stata certificata IDEM, modello di parità riconosciuto alla nostra Azienda per la cultura di genere e gli strumenti di conciliazione lavoro-vita privata organizzati per l'organico. La certificazione IDEM istituisce inoltre in Euro Company un concre-

to strumento di misurazione della parità di genere.

I risvolti operativi del nostro essere B Corp sono presentati in tutti i capitoli delle nostre Relazioni di Sostenibilità, perché questo approccio influenza il rapporto con l'organico, con i fornitori e con l'intera filiera dell'industria alimentare.

Nascono per esempio da questa filosofia i Quattro Pilastri della Qualità Etica, che determinano i contratti di fornitura delle materie prime, con un'impostazione che prioritariamente pone al centro della collaborazione la qualità del prodotto e della vita di chi lo coltiva.

Per l'organico le iniziative dedicate spaziano dalla formazione al *carpooling*, da progetti di carattere sociale/culturale alla promozione di pratiche per il benessere del lavoratore e della sua famiglia.

Questa è l'anima B Corp, il nostro modo per onorare la nostra idea di *Food for Change*. Insieme a tutta la nostra comunità possiamo dare traguardo a questo percorso per dividerne i benefici con quante più persone possibili. Vogliamo dare esempi positivi all'industria alimentare e ai consumatori gli strumenti per rivoluzionare la domanda e di conseguenza il mercato.

Nel 2022 partirà inoltre la campagna di comunicazione *UnlockEducation* che coinvolgerà attivamente scuole e università in modo da far conoscere alle nuove generazioni il movimento B Corp e renderlo argomento di discussione.



LA NOSTRA MISSIONE
RADICE #01:

Offriamo a tutti i nostri dipendenti un ambiente etico e stimolante nel quale essere felici, confrontarsi, crescere e realizzare se stessi.

Il nostro **impegno verso i dipendenti** si contraddistingue per una serie di iniziative volte a promuovere **stili di vita sani e sostenibili, crescita e sviluppo del potenziale personale e professionale**, sostegno e coinvolgimento nella costruzione del **benessere** della nostra comunità lavorativa.

Nelle prossime pagine vogliamo raccontarvi tutte le iniziative pensate e attivate in Azienda per raggiungere il primo punto della nostra Missione, ossia *offrire a tutti i nostri dipendenti un ambiente etico nel quale essere felici, confrontarsi, crescere e realizzare se stessi.*



IL NOSTRO ORGANICO



Oltre 450 persone
in media, nell'anno



Età media: 40 anni



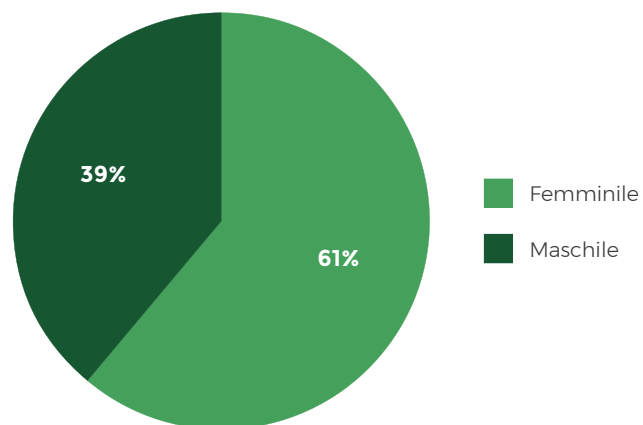
Nazionalità: 29 differenti
(erano 28 lo scorso anno)



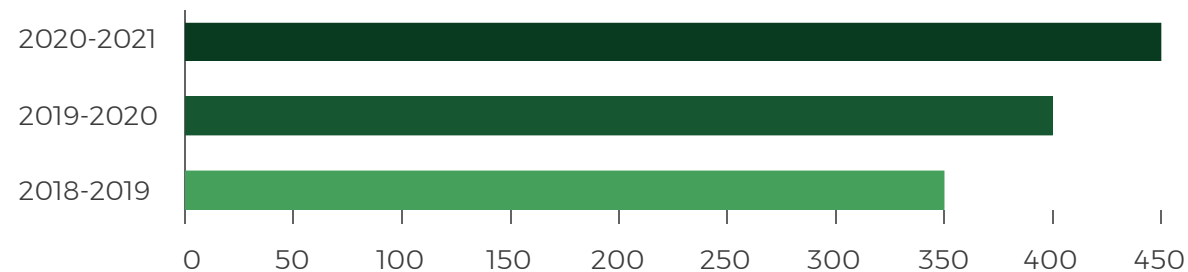
Anzianità media
in azienda: 4 anni



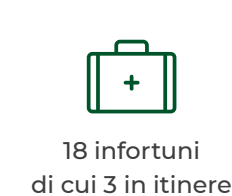
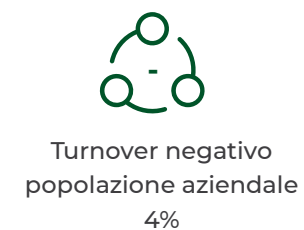
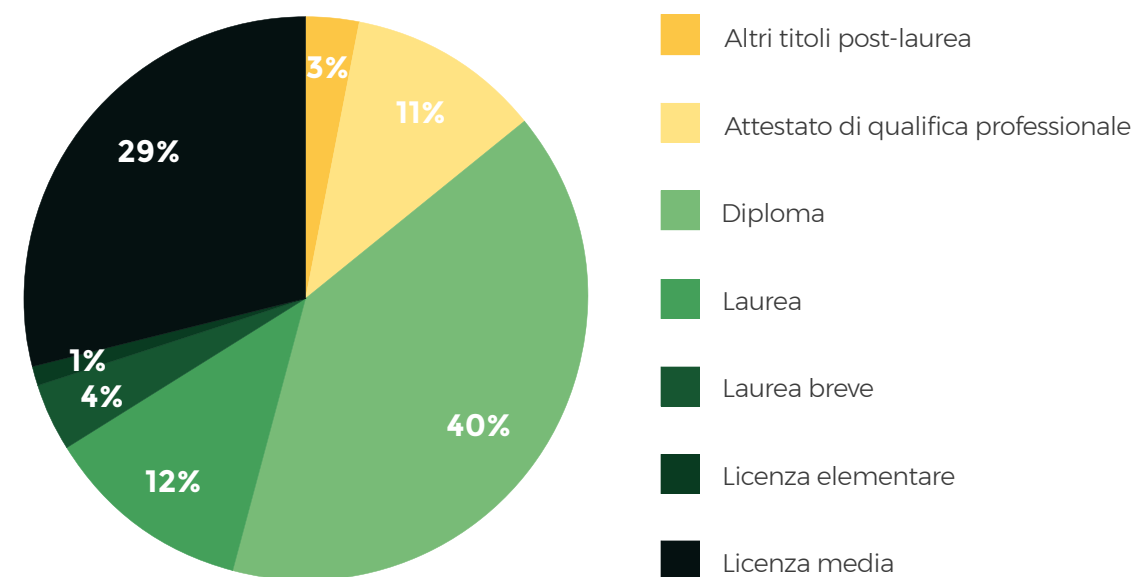
Sesso



Incremento organico nell'ultimo triennio



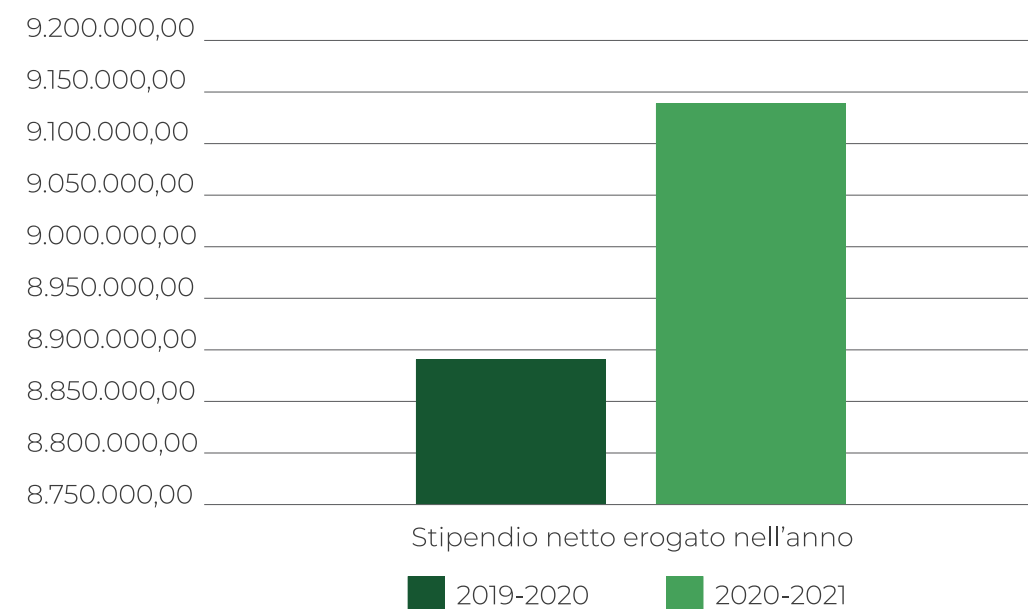
Titolo di studio



Stipendio netto totale erogato ai dipendenti
nell'anno 2019-2020: € 9.134.519

Per un investimento totale aziendale pari a
€ 15.399.012

Stipendio netto totale erogato ai dipendenti - ultimo biennio



FORMAZIONE E SVILUPPO

ANALISI DI POSIZIONI E COLLOQUI DI SVILUPPO

In Euro Company crediamo nella ricerca e nel miglioramento continuo. La crescita e l'innovazione dell'ultimo periodo ci ha portati a vivere in un contesto di continuo cambiamento: proprio per questo, negli ultimi anni, abbiamo avviato un progetto di **riorganizzazione interna e valorizzazione delle persone**, che con la loro crescita possono così sostenere ed essere parte attiva dello sviluppo sano e responsabile della nostra Azienda.

Una delle attività implementate per il sostegno di questa riorganizzazione riguarda **l'analisi delle posizioni e la condivisione delle aspettative aziendali con ciascun collaboratore attraverso dei colloqui di sviluppo annuali**.

Per dare continuità a tale processo, stiamo proseguendo nel **coinvolgere in maniera progressiva tutti i reparti aziendali**.

Nell'ultimo anno abbiamo infatti formato nuovi gruppi di responsabili di reparto alla gestione dei colloqui di sviluppo e alla costruzione dei progetti professionali per i propri collaboratori. Al fine di garantire modalità di ascolto, condivisione delle aspettative e valorizzazione uguali per tutti i collaboratori, nell'anno 2021-2022 stimiamo di riuscire a formare alla conduzione di tali colloqui tutte le figure aventi ruoli di responsabilità all'interno dell'Azienda.



6 Responsabili formati alla conduzione dei colloqui di sviluppo nell'anno 2020-2021



17 Responsabili formati dall'inizio del progetto ad oggi



31 Colloqui di sviluppo effettuati nell'anno di cui

10 Follow-up

FOOD4EMPOWERMENT: IL NOSTRO SISTEMA DI VALUTAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PERSONALE

Per rispondere concretamente alle due principali esigenze emerse dall'Analisi di Clima realizzata in Azienda a inizio 2019 – ossia la necessità espressa dai dipendenti di concentrarsi prioritariamente sulla **valorizzazione del personale e sull'introduzione di sistemi di valutazione** in Euro Company – nel mese di agosto 2020 abbiamo dato vita a **FOOD4EMPOWERMENT: il progetto di Valorizzazione e Sviluppo rivolto ai dipendenti dello stabilimento produttivo**.

Tale progetto, fortemente voluto dalla Direzione aziendale, ha coinvolto tutte le persone che lavorano nei Reparti Produttivi in un processo di **crescita, miglioramento delle prestazioni e sviluppo delle competenze** tramite la creazione di progetti professionali ad hoc e preziosi momenti di confronto con il/la proprio/a responsabile e l'Ufficio Relazioni Umane.

Per far questo, tutte le persone che ricoprono in Stabilimento un ruolo di coordinamento sono state formate per gestire valutazioni e colloqui di restituzione con i propri collaboratori, in modo da creare e istituzionalizzare dei veri e propri momenti di ascolto, comunicazione e condivisione delle aspettative reciproche. Grazie a FOOD4EMPOWERMENT è stato e sarà possibile disporre ogni anno di **uno strumento chiaro e trasparente per la valutazione del personale**, un supporto oggettivo sia nel confronto tra responsabile e collaboratore che nella condivisione degli obiettivi di miglioramento.

I numeri di FOOD4EMPOWERMENT:

217 Colloqui di feedback realizzati

796 Schede di valutazione compilate

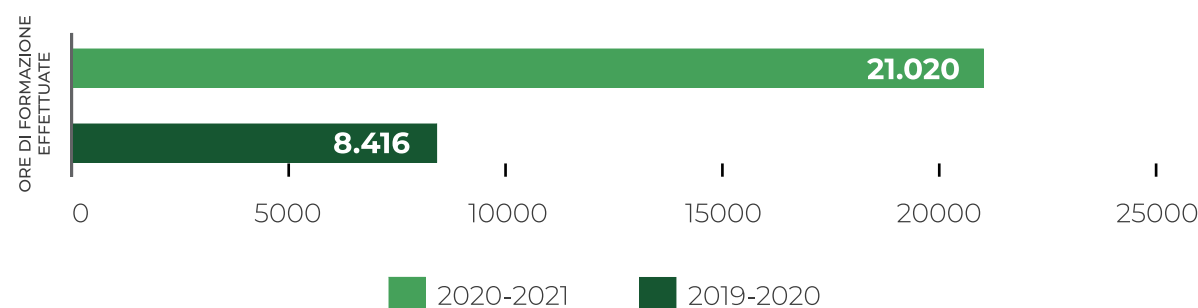


FORMAZIONE



In Euro Company consideriamo la formazione continua uno **strumento chiave sia per lo sviluppo del singolo che per la competitività e l'innovazione responsabile.**

Per questo, nonostante il Covid-19 non ci siamo fermati. Al contrario, durante l'anno 2020-2021 abbiamo **più che raddoppiato le ore di formazione pianificate per i dipendenti rispetto all'anno 2019-2020**, organizzando da remoto tutti i corsi la cui tipologia lo consentiva e in presenza la restante parte delle formazioni, sempre nel pieno rispetto delle misure di distanziamento sociale, al fine di garantire sia le migliori condizioni di salute e sicurezza sul lavoro che la possibilità di continuare ad acquisire e accrescere le proprie competenze. Complessivamente sono state **oltre 21.000 le ore di formazione svolte** nell'ultimo anno dai nostri collaboratori, con un **incremento percentuale del 150% rispetto all'anno precedente.**

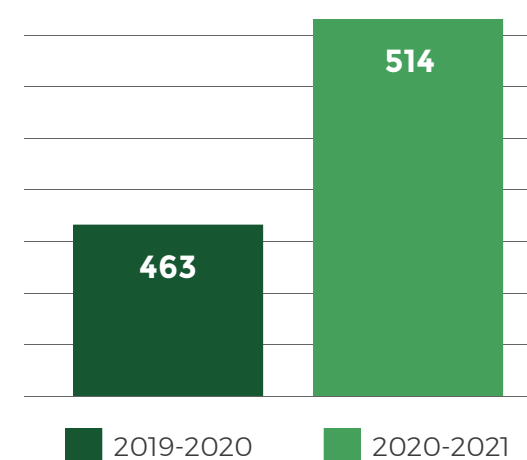
Ore di formazione effettuate nell'ultimo biennio



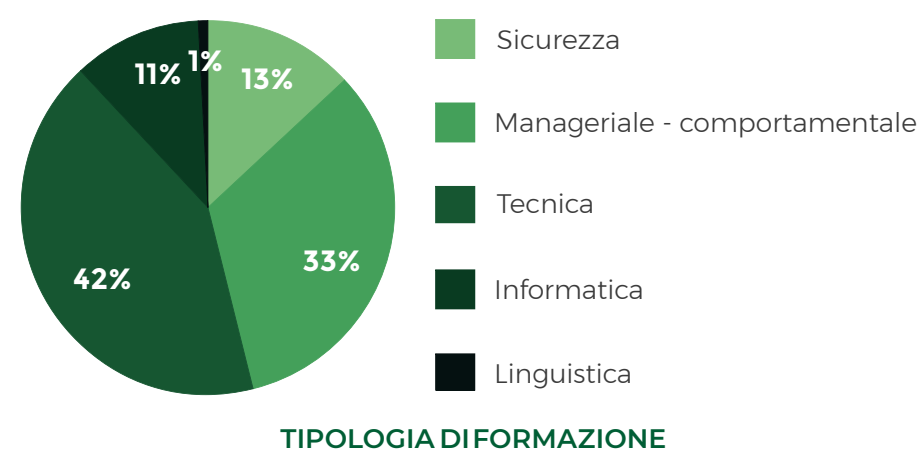
Ecco i numeri della formazione in pillole:

-  **514** Persone formate
-  **44 H** Media delle ore di formazione svolte da ciascun dipendente
-  **€ 169.876** Investiti per la formazione di cui **€ 278.828** finanziati tramite fondi interprofessionali, regionali e Fondo Nuove Competenze (ANPAL)




Dipendenti formati



HDIFORMAZIONEPERTIPOLOGIA-ANNO2020/2021



Dopo un'attenta analisi dei fabbisogni annuale fatta a inizio anno, al fine di rendere i nostri percorsi formativi sempre più efficaci, al termine di ciascun corso di formazione l'Ufficio Relazioni Umane si occupa di inviare una **Scheda di Valutazione della Formazione**. Tramite la scheda, i partecipanti possono valutare l'utilità e la soddisfazione per il corso, il formatore, la puntualità, l'organizzazione e la qualità dei materiali e degli spazi a disposizione.

-  **5,54 / 6** Puntualità di inizio e fine sessioni formative (su un punteggio massimo di 6)
-  **5,82 / 6** Qualità dell'organizzazione (su un punteggio massimo di 6)
-  **7,87 / 10** Grado di soddisfazione generale della formazione (su un punteggio massimo di 10)

INCREMENTO DELLE COMPETENZE TECNICO-SPECIALISTICHE

Incrementare le competenze tecniche specifiche del personale addetto alle attività produttive è fondamentale per sostenere e dare seguito agli importanti investimenti di innovazione gestionale e produttiva realizzati negli ultimi anni.

Per questo, nei primi mesi del 2021, ci siamo dedicati allo sviluppo di **percorsi formativi tecnici e attitudinali per il personale di stabilimento**. Tali percorsi dal taglio pratico ed esperienziale, rivolti in modo particolare a macchinisti/e e addetti/e al confezionamento, hanno avuto come obiettivo quello di potenziare e consolidare le competenze acquisite nella conduzione delle macchine semiautomatiche e nella gestione del processo di fine linea, per adeguarle ai nuovi processi e alle nuove tecnologie implementate all'interno dello stabilimento produttivo, il tutto in ottica di Industria 4.0.

REALIZZAZIONE ENCICLOPEDIA VIDEO DI PROCEDURE PER LINEE PRODUTTIVE

Le formazioni realizzate per incrementare le competenze tecnico-specialistiche all'interno dello stabilimento produttivo sono state supportate dalla realizzazione di un'**Enciclopedia Video di Procedure** per l'utilizzo dei macchinari e delle mansioni da svolgere all'interno delle sale produttive.

Questo progetto prevede la realizzazione di più di **100 video tutorial** (84 dei quali già realizzati) che aiuteranno il personale durante le lavorazioni sulle macchine, offrendo supporto immediato ed esplicativo. Questo perché crediamo che la **continua formazione** attraverso nuovi supporti tecnologici sia indispensabile al fine di aumentare le conoscenze e le capacità degli operatori, permettendo loro così di acquisire sicurezza e maggiore consapevolezza nello svolgimento del loro lavoro.

- 84** → n. video-procedure realizzate nell'anno 2020-2021
- 104** → tot. video-procedure da realizzare (di cui 20 nell'anno 2021-2022)



Formazione e sviluppo

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO

SALES TALENT ACADEMY

Per potenziare l'area commerciale dedicata ai fermentini, nell'anno 2021-2022 vogliamo dare vita in Euro Company a una **Sales Talent Academy**. L'Academy sarà rivolta a giovani **neolaureati** provenienti da tutta Italia e da differenti percorsi di studio. Dopo una prima fase di selezione, valutazione e composizione della classe, grazie all'Academy i partecipanti avranno la possibilità di effettuare sei mesi di formazione trasversale e professionalizzante - fra *job rotation* e aula - con docenti interni ed esterni. Tutto ciò, con l'obiettivo di arricchire il loro bagaglio di competenze ed esperienze e di inserire in organico gli studenti che si distingueranno per motivazione e impegno.

NUOVO GESTIONALE PER EFFICIENTARE I PROCESSI DI SVILUPPO, FORMAZIONE E SELEZIONE

Per migliorare i nostri processi lato risorse umane, dalla fase di selezione alla formazione fino alla successiva valutazione, nell'ultimo anno abbiamo iniziato l'analisi dei nostri flussi per individuare un gestionale HR in grado di supportarci al meglio. Questa fase valutativa ci porterà nei primi mesi del 2022 a implementare il **sistema informativo disponibile sul mercato** in grado di supportarci nella gestione puntuale ed efficiente di tutti i nostri processi HR.

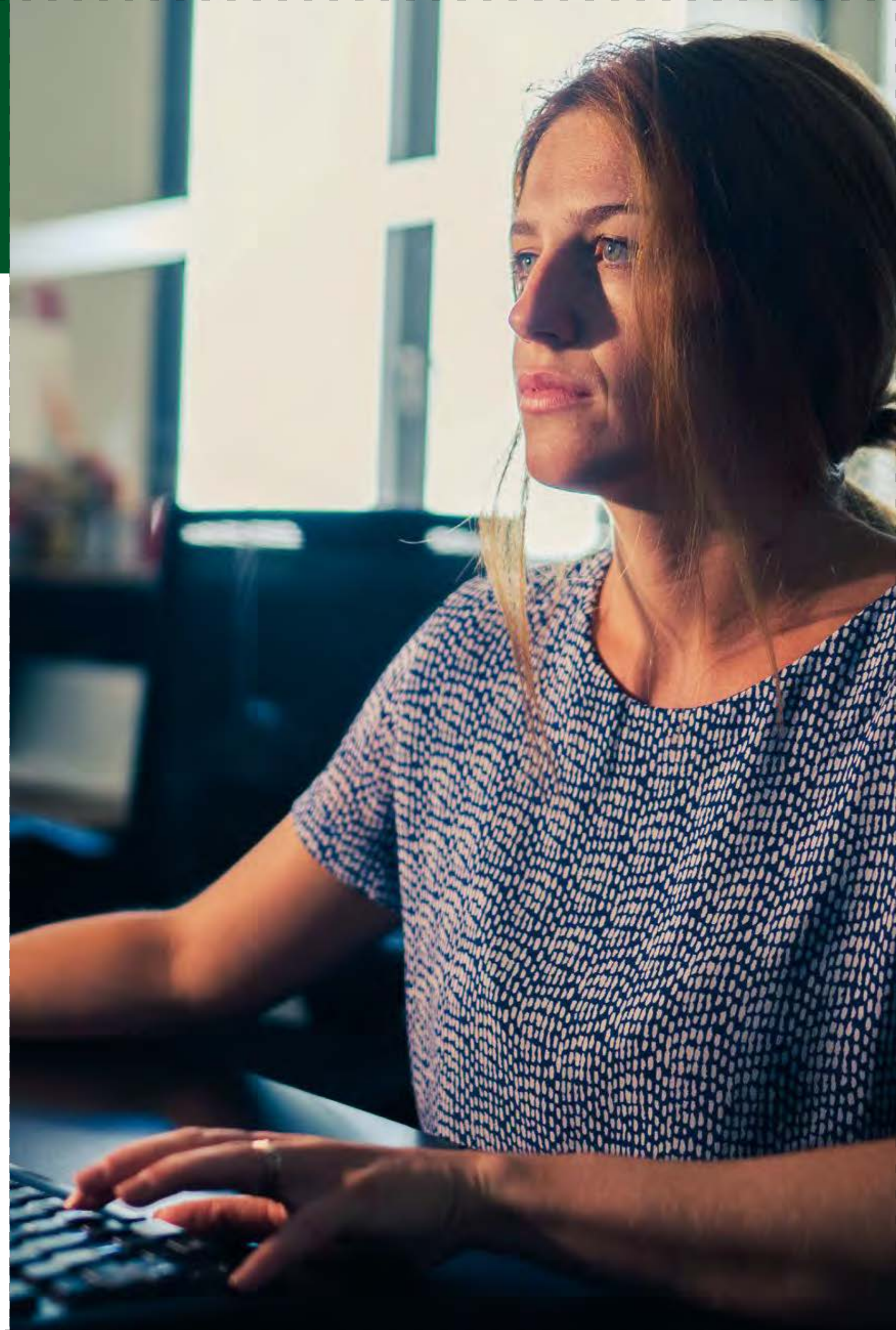
CORSI DI LINGUA ITALIANA PER STRANIERI

In Euro Company crediamo che comunicare efficacemente sia la chiave per entrare correttamente in relazione con l'altro, per confrontarsi e cogliere punti di vista diversi dal proprio, trovando insieme nuove soluzioni condivise. Per questo motivo, nel corso dell'anno 2021-2022 vogliamo dare la possibilità a tutti i dipendenti stranieri di frequentare – su base volontaria – un **corso di lingua italiana**. Grazie a tale corso i partecipanti avranno la possibilità di approfondire gratuitamente la conoscenza della lingua italiana, potenziandola a livello scritto e parlato, e di sostenere un esame finale con rilascio della relativa certificazione di livello (A2 o B1).

Obiettivi del triennio già raggiunti



1. Incremento delle competenze tecnico-specialistiche
2. Creazione FOOD4EMPOWERMENT, il sistema di valutazione e valorizzazione del personale





ORGANIZZAZIONE INTERNA E COINVOLGIMENTO

Dialogo e fiducia sono due aspetti fondamentali per costruire un'organizzazione positiva e rendere partecipi i collaboratori. Per questo motivo, tutti i progetti di organizzazione interna e coinvolgimento dell'anno hanno avuto come obiettivo principale quello di rispondere a concrete esigenze emerse dai collaboratori stessi: ciò al fine di renderli maggiormente partecipi alla vita dell'organizzazione, **facilitare** la loro attività in Azienda e **armonizzare** maggiormente i **tempi di vita e lavoro**, individuando insieme le migliori soluzioni per raggiungere Visione e valori aziendali.

MOBILITÀ SOSTENIBILE: NUTS4GREEN E IL PREMIO "INNOVATORI RESPONSABILI"

Supportare l'acquisizione di una sempre maggiore consapevolezza di quanto ognuno di noi possa impattare positivamente sul pianeta e sulla salute propria e altrui, con piccole azioni quotidiane, è al centro della nostra azione.

A dimostrazione di questo impegno, a fine dicembre 2020 abbiamo ricevuto un importantissimo riconoscimento dalla Regione Emilia-Romagna: il **premio "Innovatori Responsabili"**, risultando **vincitori di categoria fra le imprese oltre i 250 dipendenti**.

Questo prestigioso riconoscimento è stato ottenuto grazie a **NUTS4GREEN**, il nostro **progetto di mobilità sostenibile** nato a gennaio 2020, rivolto a tutti i dipendenti

e pensato per offrire una valida soluzione alla necessità di maggiori posti auto, contribuendo allo stesso tempo alla tutela dell'ambiente.

Il riconoscimento ricevuto è stato il frutto della collaborazione di tutti i *carpooler* e i *jojobber* che – accettando la nostra sfida di *Mobilità Intelligente* e **certificando i tragitti casa-lavoro percorsi in carpooling, in bici e a piedi** – ci hanno aiutato a:

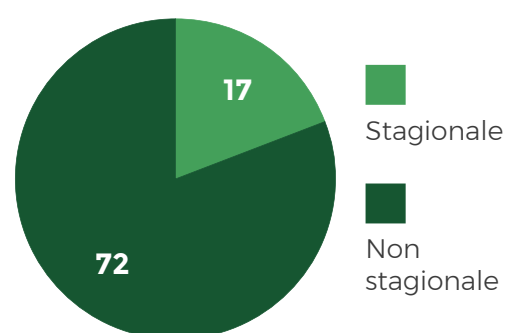
- ✓ ridurre le emissioni di CO₂ nell'ambiente, il traffico automobilistico sulle strade, la pressione sui parcheggi e le assenze causate da guasti o scioperi dei mezzi;
- ✓ diminuire i costi di spostamento casa-lavoro (carburante, usura automezzo, pagamento pedaggi ecc.), incrementando così indirettamente i salari e rendendo concreto il risparmio diretto dei partecipanti (in termini di costi di viaggio);
- ✓ creare maggiore coesione all'interno dell'organizzazione e migliorare le relazioni fra colleghi grazie al tempo trascorso assieme lungo il tragitto.

¹ Giunto alla VI edizione, il premio "Innovatori Responsabili" promosso dalla nostra regione è rivolto a imprese, enti locali e associazioni, liberi professionisti, scuole superiori e università: soggetti pubblici e privati uniti dall'impegno per un futuro sostenibile, alla ricerca di soluzioni per rispondere alla sfida dei 17 obiettivi globali indicati dall'ONU con l'Agenda 2030. Insieme al nostro sono stati premiati altri 37 progetti, scelti fra le 145 candidature ricevute per le 7 categorie previste dal premio.

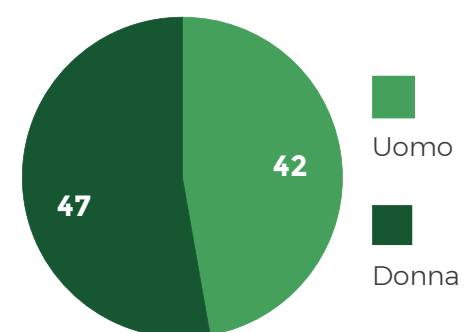
Chi ha accumulato più punti ha ricevuto poi periodicamente dei premi, come riconoscimento dell'impegno profuso per salvaguardare l'ambiente.

Nel solo anno 2020-2021 abbiamo così ottenuto **risultati straordinari**:

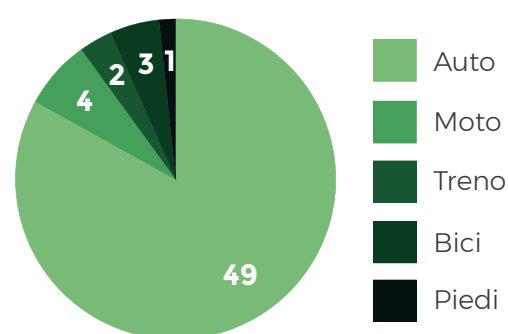
TIPO DI CONTRATTO



SESSO

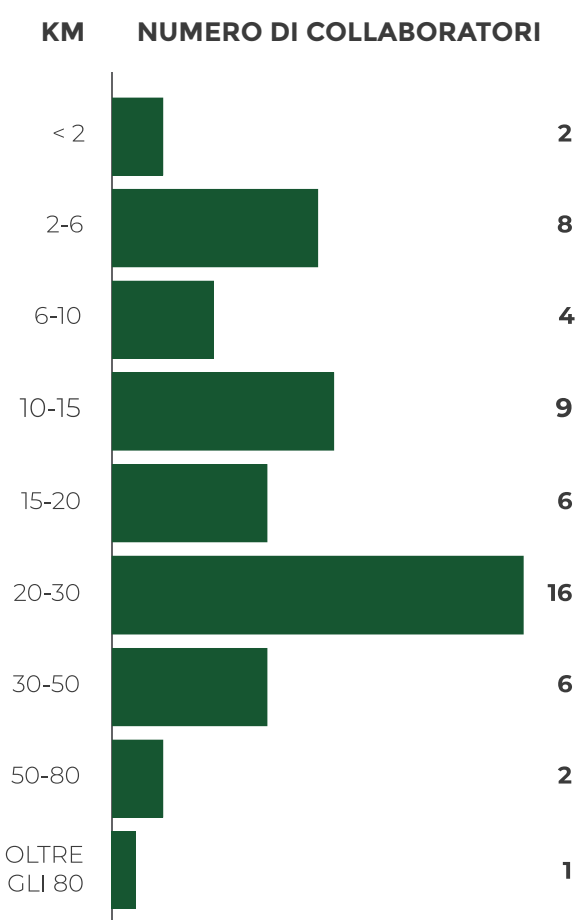


MEZZO DI TRASPORTO



89 dipendenti che hanno aderito al progetto scaricando l'Applicazione
29 utenti più attivi

CON UNA DISTANZA CHILOMETRICA CASA-LAVORO:



EFFETTUANDO 533 VIAGGI:

427 viaggi in carpooling

106 viaggi bici e piedi

CERTIFICANDO COSÌ:

13.481,10 Km percorsi in modo sostenibile

PARI A:

- 905,14 Kg di CO₂ emessa scegliendo il carpooling e/o Jojob bici e piedi

- 6.805,60 Km percorsi grazie alla condivisione del viaggio in auto

- 170,40 Km percorsi scegliendo bici e piedi al posto di un altro mezzo di trasporto

Tale progetto, che verrà replicato annualmente, all'inizio dell'anno 2021-2022 cambierà forma, grazie all'introduzione di una nuova App e del meccanismo del cashback.



LAVORO DA REMOTO → LAVORO AGILE



Il periodo di cambiamenti vissuto conseguentemente all'arrivo del Covid-19 è stato impegnativo e carico di nuove sfide. Per far fronte a tale situazione (e tutelare nel migliore dei modi la salute e il benessere dei collaboratori) lo scorso anno ci siamo trovati a dover mettere in pista una modalità di lavoro "agile" che l'Azienda aveva già in programma di adottare, seppur in maniera più graduale e strutturata. Tale tipologia di lavoro da remoto è stata attivata durante il lockdown per tutti i ruoli aziendali non a diretto contatto con la produzione, che quindi ne consentivano l'applicazione.

Per tutti questi ruoli, **al fine di evitare un aumento dei contagi all'interno dell'A-**

zienda e garantire così le condizioni di salute e sicurezza sul lavoro per tutti, nel corso dell'anno 2020-2021 abbiamo deciso di **proseguire con il lavoro a distanza**, suddividendo i collaboratori e le collaboratrici in due gruppi principali che alternavano il lavoro da remoto (2 o 3 giorni a settimana) alla presenza in ufficio, il tutto per garantire una copertura degli uffici in Sede del 50%.

Per far ciò, a settembre 2020 abbiamo chiesto ai/nostri/e lavoratori/trici a distanza di valutare la loro esperienza per il periodo precedente, con particolare riferimento ai **vantaggi percepiti e al rendimento, alle modalità di gestione obiettivi/priorità e al monitoraggio da parte dei responsabili.**

Di seguito i principali risultati emersi:

38



38 dipendenti hanno partecipato all'indagine
(su un totale di 57 persone a cui è stata inviata la survey)

31



31 lavoratori da remoto
(su un totale di 48)

7

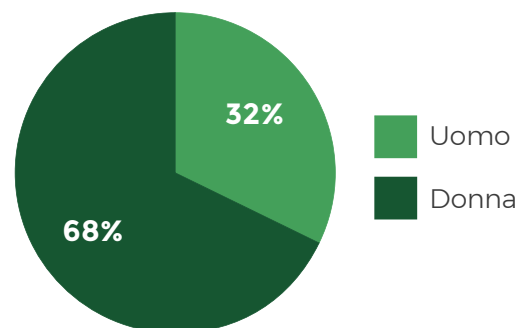


7 responsabili
(su un totale di 9)

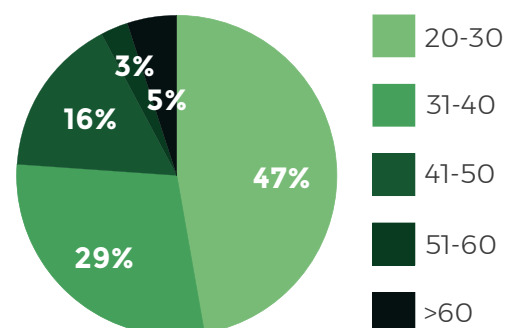


DATI ANAGRAFICI – DIPENDENTI CHE HANNO COMPILATO LA SURVEY

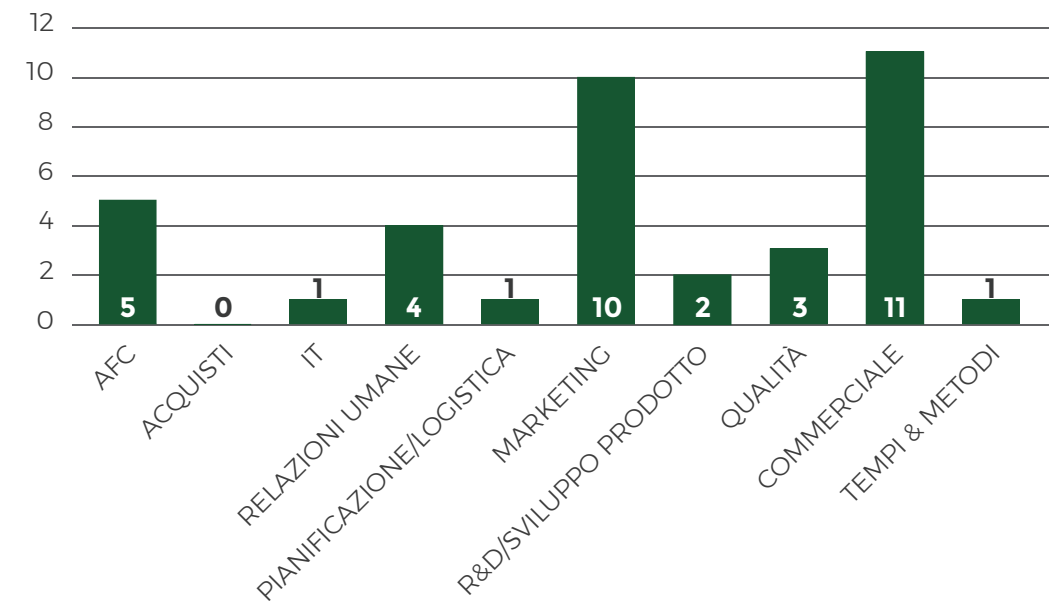
SESSO



ETÀ

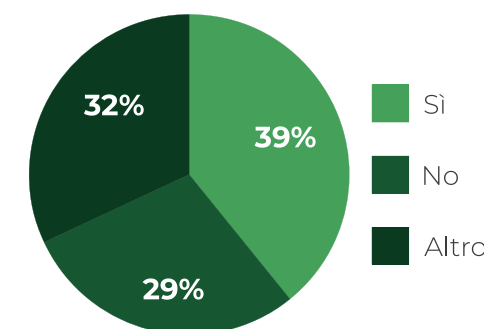


Area lavorativa di appartenenza

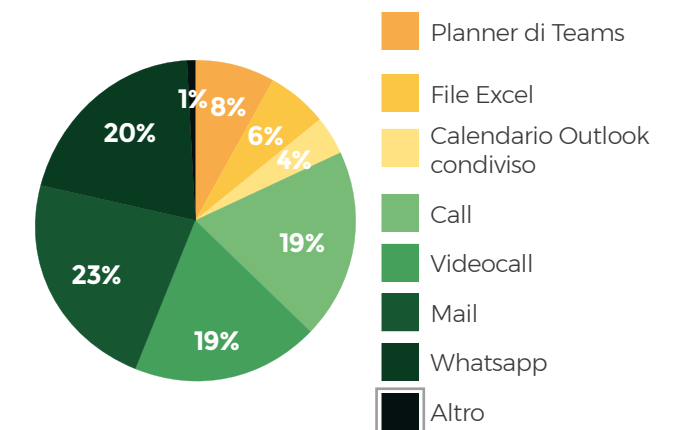


ASSEGNAZIONE OBIETTIVI

Durante le giornate di Lavoro Smart ti vengono assegnati obiettivi?



Strumenti utilizzati:



- ✓ "Me li assegno da solo";
- ✓ "Il mio lavoro non ha obiettivi giornalieri";
- ✓ "Nel nostro Reparto non vengono fissati obiettivi giornalieri ma di medio-lungo periodo e su questi ci allineiamo ogni settimana";
- ✓ "Non è necessario che il mio capo mi dia degli obiettivi: ogni giorno mi prefisso di inserire tutti gli ordini ricevuti e di risolvere tutte le eventuali problematiche segnalate ai clienti";
- ✓ "Solo a volte";
- ✓ "Sono più io a pormeli, avendo sotto controllo progetti e deadline";
- ✓ "Non vengono assegnati, sono impliciti nella mansione";
- ✓ "No, porto avanti il lavoro iniziato in ufficio".

Durante le giornate di Lavoro Smart, come gestisci gli obiettivi e le attività da svolgere che ti vengono assegnati?

- ✓ "Metto le cose da fare in ordine di priorità/urgenza/importanza e ne affronto una alla volta, ripartendole all'interno della giornata lavorativa";
- ✓ "All'interno del nostro team non lavoriamo per obiettivi. Le attività/lavori da svolgere vengono gestiti allo stesso modo di quando siamo fisicamente presenti in ufficio. Leggiamo le mail, valutiamo quali lavori devono essere fatti e, nel caso di lavoro che deve essere effettuato da una singola persona, comunichiamo al resto del team di cosa abbiamo intenzione di occuparci per evitare di lavorare sulle stesse cose";
- ✓ "Mi assicuro di concentrare nelle giornate smart quei lavori effettuabili tranquillamente da remoto e per cui è necessario un grado di concentrazione e attenzione maggiore, difficilmente ottenibile in ufficio con il passaggio di dipendenti, colleghi, consulenti, telefono che squilla in continuazione".

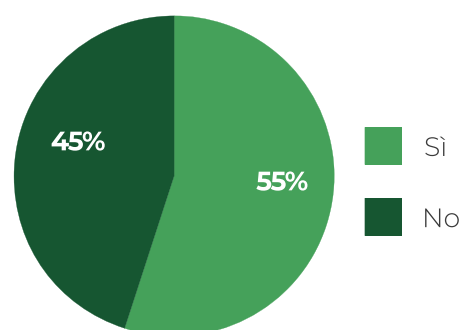
Come pianifichi invece la gestione delle priorità?

- ✓ "Per grado di urgenza";
- ✓ "Sulla base delle scadenze a breve, medio e lungo termine";
- ✓ "Mi tengo sempre qualche momento durante la giornata e settimanalmente per gestire eventuali emergenze e avere i tempi giusti per non slittare i lavori altrui";
- ✓ "La pianifico insieme al mio responsabile o in base alle scadenze concordate con le persone che collaborano con me nei progetti";
- ✓ "Sulla base delle attività presenti sul Planner di Teams a me assegnate e delle mail/input ricevuti, preparo una lista delle cose da fare dalla più urgente alla meno urgente e mi attivo per portarle avanti in quest'ordine, cercando di essere multitasking per quanto possibile".

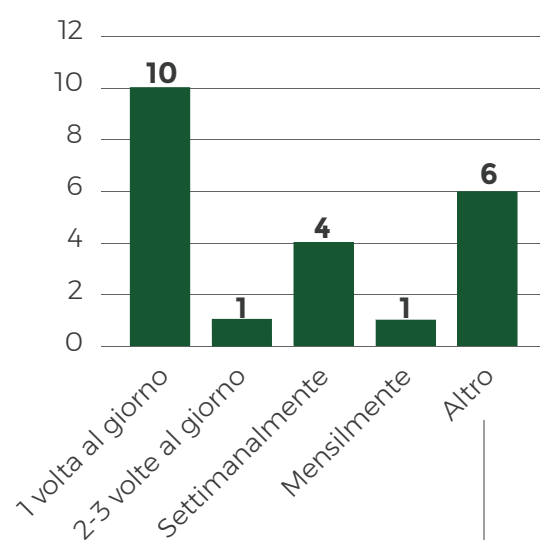


STAND-UP MEETING

In questo periodo ti è capitato di partecipare a degli Stand-up meeting con i tuoi colleghi e il/la tuo/a Responsabile?



Frequenza meeting



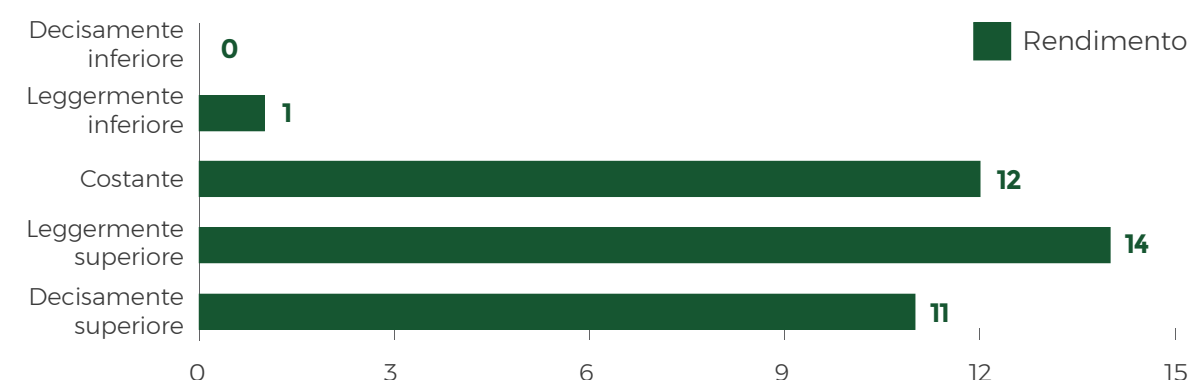
- ▶ "1-2 volte al giorno con i colleghi";
- ▶ "Giornalmente, ma solo con i colleghi";
- ▶ "Occasionalmente";
- ▶ "Dipende dai periodi".



VANTAGGI PERCEPITI E RENDIMENTO

	MEDIA COLLABORATORI
Maggiore autonomia	3,85
Migliore gestione del tempo	4,23
Migliore relazione/comunicazione con colleghi e/o responsabile	3,24
Minore stress	3,62
Maggiore capacità di lavorare per progetti/obiettivi	4,04

Come ritieni essere stato in generale il tuo rendimento durante le giornate di Smart Working rispetto a quello delle giornate in ufficio?



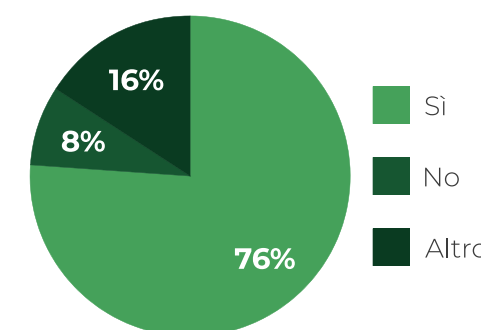
A livello generale, come ti stai trovando invece nella gestione delle giornate di Lavoro Smart?



"Credo che lo Smart Working sia una grande opportunità per tutti. Consente di organizzare il proprio lavoro al meglio, conciliando le esigenze personali/familiari con quelle lavorative e, a mio parere, aiuta anche ad apprezzare molto di più i giorni trascorsi in azienda con i colleghi rispetto a una presenza "forzata" tutti i giorni della settimana. Con lo Smart Working i "tempi morti" praticamente si annullano, le giornate sono più intense/produktive ma molto meno stressanti".



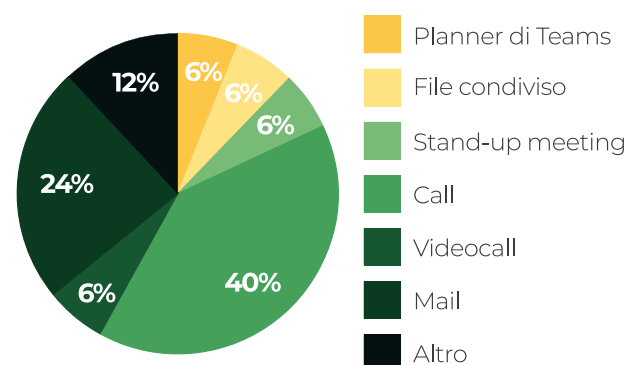
VALUTAZIONE - MONITORAGGIO DEI PEOPLE MANAGER



Durante le giornate di Lavoro Smart ti vengono assegnati obiettivi?

- ▶ "Il mio responsabile non mi assegna obiettivi ma ci consultiamo quotidianamente per sapere se ci sono problemi e per verificare l'andamento del carico lavorativo";
- ▶ "Non mi sono stati affidati obiettivi, lavoro in autonomia";
- ▶ "Nel nostro ufficio non abbiamo lavorato per obiettivi".

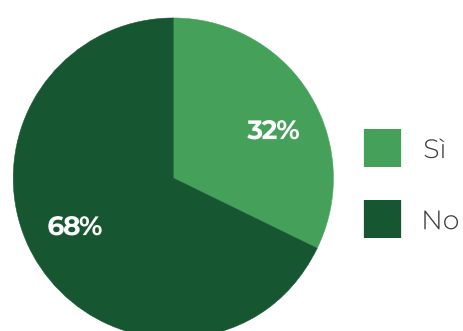
Strumenti di monitoraggio:



ANALISI EPISODI DI DEMOTIVAZIONE

Ti è capitato di vivere - durante il lavoro da remoto - un episodio di demotivazione e/o difficoltà?

Se sì, come è stato affrontato?



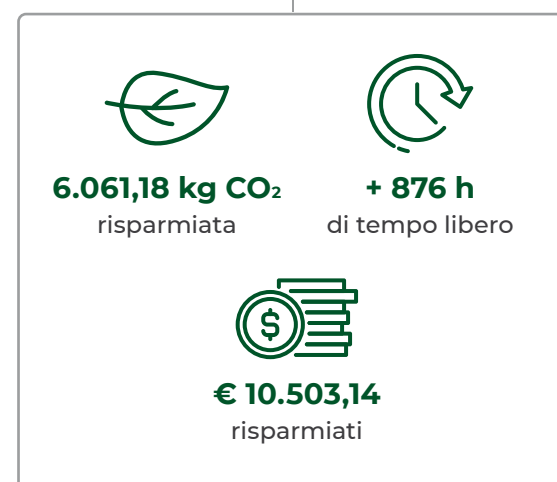
- ▶ "Sì, mi è capitato a causa di un incremento notevole del lavoro. Ne ho parlato con il mio responsabile che mi è venuto incontro dandomi un appoggio nelle attività";
- ▶ "Mi capita ogni tanto la mancanza di un confronto con i capi. Di solito faccio una passeggiata e mi schiarisco le idee";
- ▶ "Sì, il primo mese in cui non sono stata coinvolta. L'ho affrontato giorno dopo giorno creando rapporti telefonici con i colleghi";
- ▶ "Difficoltà solo per motivi familiari avendo ancora i figli a casa".

Sulla base dei risultati raccolti attraverso l'indagine abbiamo poi deciso di coinvolgere tutti gli smart workers e i rispettivi responsabili in due differenti tipologie di formazione, il tutto con l'obiettivo ultimo di **accompagnare al meglio il cambiamento intrapreso in Azienda e il passaggio da Remote Working a Smart Working.**

I People Manager sono stati così coinvolti in una formazione di taglio pratico che ha offerto loro utili spunti per una gestione sempre più efficace dei collaboratori a distanza, mentre gli smart workers sono stati formati e supportati per affrontare al meglio tale nuova modalità di lavoro.

Nel frattempo, tramite l'Applicazione NUTS4GREEN, abbiamo dato ai lavoratori da casa la possibilità di **certificare le proprie giornate di lavoro "Smart"** per conoscere sia il proprio contributo a tutela dell'ambiente che il proprio risparmio in termini di tempi e costi.

Nel corso dell'anno 2020-2021 hanno aderito al progetto, certificando le proprie giornate di lavoro da remoto:



Per i ruoli che ne consentono l'applicazione, vogliamo quindi mantenere anche nel prossimo futuro la possibilità di lavorare da remoto, strutturando e definendo in maniera chiara il nostro Piano di Lavoro Smart. Per farlo, nell'anno 2021-2022 realizzeremo una nuova indagine di monitoraggio e distribuiremo a lavoratori smart e responsabili un Vademecum aggiornato, con tutte le informazioni utili per la gestione delle giornate di lavoro da remoto. Questo, con il fine ultimo di ripensare e riprogettare il lavoro **responsabilizzando** i collaboratori e dando loro maggior **fiducia, autonomia e flessibilità**, anche attraverso l'utilizzo di soluzioni tecnologiche che consentano, in ottica collaborativa, di arrivare a **risultati e obiettivi condivisi.**

NEOASSUNTI

In Euro Company riteniamo il processo di inserimento dei neoassunti molto importante per un'efficace integrazione all'interno del contesto lavorativo e per la buona riuscita del progetto professionale di ognuno. Per monitorare la qualità dell'inserimento, dopo il primo mese dall'ingresso in Azienda, a tutti i neoassunti viene consegnato un **questionario per valutare la loro soddisfazione.**

Grazie a questo, è possibile dare un riscontro sull'accoglienza ricevuta, sugli strumenti e gli spazi di lavoro, sulla chiarezza dei compiti assegnati e la qualità degli affiancamenti.

3,79 su 4
Tasso medio di soddisfazione neoassunti nell'anno 2020-2021 (su un punteggio massimo di 4)



COMUNICAZIONE INTERNA: PEANUTS



Condividere le informazioni e comunicare in modo chiaro e trasparente è fondamentale per la crescita della nostra comunità. Per questo motivo, ogni trimestre viene consegnata **a tutti i dipendenti di Euro Company Peanuts, la newsletter aziendale** nata a inizio 2019 con l'obiettivo di rendere tutti partecipi dei progetti, delle iniziative, delle novità e dei risultati ottenuti dell'Azienda, condividendo così un percorso comune.

Dalla sua nascita a giugno 2021 sono stati consegnati:

12 numeri di Peanuts

di cui

1 edizione speciale

in occasione

dei 40 anni di attività

CREAZIONE DEL COMITATO INTERDIPARTIMENTALE PER LA SOSTENIBILITÀ ETICA



Nell'anno 2021 abbiamo costituito il primo gruppo di lavoro interfunzionale per la sostenibilità, che dal mese di aprile ha avviato i lavori per la condivisione delle iniziative che, in Euro Company, hanno un impatto sulle radici della nostra Mission. L'obiettivo primario del **Comitato interdipartimentale per la sostenibilità etica** è, infatti, **condividere periodicamente i progetti aziendali di responsabilità sociale, ambientale e organizzativa e monitorarne gli impatti misurandoli oggettivamente**.

Il gruppo di lavoro, coordinato dall'Ufficio Relazioni Umane, è composto da un referente per ognuno dei seguenti reparti: Qualità, Commerciale, Marketing, Ambiente, Sicurezza, Controllo di Gestione, IT, AFC, Produzione, Tempi e Metodi, Logistica e Acquisti.

Per la redazione del Bilancio di Sostenibilità il contributo del nuovo gruppo di lavoro è stato fondamentale. In questi mesi i referenti coinvolti infatti sono stati chiamati a raccogliere i dati per la valutazione degli obiettivi già condivisi e a definire dei nuovi indicatori di performance (KPI - Key Performance Indicators) utili **per rendere conto delle azioni che ogni giorno ci permettono di realizzare la nostra Mission**.

Nel prossimo periodo, il gruppo di lavoro - oltre a coinvolgere sempre almeno un referente per ciascuna area - vedrà la partecipazione di un **portatore di interesse esterno** all'anno, che sarà coinvolto e ascoltato per supportare al meglio la nostra pianificazione strategica di sostenibilità aziendale.

SPORTELLO DIPENDENTI

Ascoltare i dipendenti e supportarli nelle varie fasi della vita aziendale è per noi di prioritaria importanza. Per questo motivo in Euro Company esiste uno **sportello dipendenti**, grazie al quale l'Ufficio Relazioni Umane si occupa di rispondere a dubbi e domande pervenute dai dipendenti.



1.500

Ore di sportello dipendenti realizzate dall'Ufficio Relazioni Umane (l'equivalente di oltre 6 mesi lavorativi di una singola persona)

HR COMUNICAZIONI: LA NUOVA SEZIONE DEL PORTALE WORKFLOW

L'organizzazione dei processi ha visto nascere nel 2018 il **WorkFlow**, un portale **dedicato ai dipendenti** in cui poter visualizzare tutte le informazioni utili legate al proprio rapporto di lavoro (comunicazioni aziendali, cartellino mensile, buste paga, CU, ecc.) e inserire eventuali giustificativi (ferie, permessi, recupero flessibilità, autorizzazione straordinario, ecc).

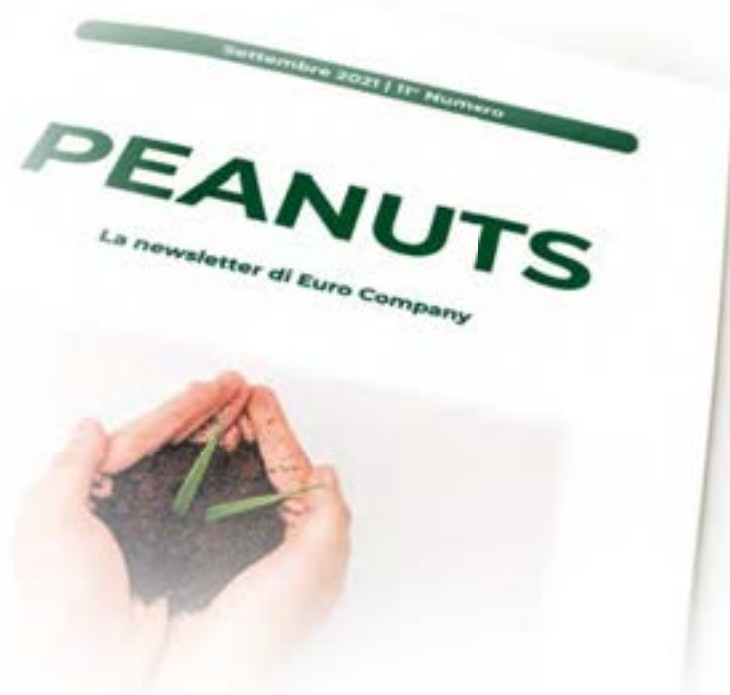
Per rendere ancora più fruttuosa e completa l'esperienza di utilizzo del portale WorkFlow, a partire da **marzo 2020** abbiamo deciso di attivare una nuova sezione del sito denominata **HR Comunicazioni** grazie alla quale i/le dipendenti possono comunicare e caricare sul portale direttamente nuovi documenti o variazioni di documenti già consegnati all'Ufficio Relazioni Umane.

Tale sezione, anche nel prossimo periodo, contribuirà a:

- ▶ **facilitare e rendere più agevole la consegna dei documenti personali dei dipendenti;**
- ▶ evitare assembramenti all'interno dei locali degli uffici, rispettando così le

disposizioni nazionali e il protocollo interno stilato per affrontare al meglio la situazione causata dal Covid-19;

- ▶ risparmiare ancora più carta, per tutelare maggiormente l'ambiente.



RICETTARIO EURO COMPANY E IL CONCORSO MENOPERPIÙ



Per contribuire alla diffusione di uno stile alimentare che fa spendere meno, respirare aria più pulita e stare meglio, a febbraio 2021 abbiamo lanciato una **nuova sfida sul tema dell'alimentazione** in Azienda: il CONCORSO MENOPERPIÙ, per la creazione del nostro Ricettario sostenibile.

Dopo aver diffuso **5 brevi videoricette ad alto impatto positivo su salute e ambiente**, nei primi mesi del 2021 abbiamo dato ai/alle dipendenti la possibilità di mettere in pratica ai fornelli i consigli appresi durante i video, per **condividere una o più ricette "verdi"** che rispettassero i seguenti requisiti:

- ✓ Essere 100% vegetali;
- ✓ Contenere almeno un legume;
- ✓ Avere preferibilmente fra gli ingredienti anche frutta secca ed essiccata.

Nel prossimo periodo, i partecipanti al concorso vedranno pubblicata la/le loro ricetta/e nel nostro nuovo Ricettario.

Gli autori delle ricette che rispetteranno i requisiti parteciperanno poi all'estrazione del libro *La mia famiglia mangia green* di Silvia Goggi (medico nutrizionista e autrice di successo) e delle 10 gustosissime box messe in palio da Euro Company: **perché mangiare in modo sano e sostenibile può essere facile e gustoso se fatto in compagnia!**

CERTIFICAZIONE IDEM: GENDER EQUALITY



In Euro Company crediamo fortemente che la **parità di genere** non sia solo un diritto umano fondamentale, ma la condizione necessaria per un mondo prospero e sostenibile. Per questo, nel corso dell'anno 2020/2021 assieme alla Fondazione Marco Biagi, all'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e all'Osservatorio JobPricing abbiamo partecipato alla **progettazione e validazione di una nuova certificazione sulla Parità di Genere**, al fine di contribuire attivamente al raggiungimento dell'obiettivo 5 dell'Agenda ONU 2030. Per la messa a punto del modello, abbiamo preso parte alla sperimentazione sul campo.

Il risultato conseguito da tale sperimentazione è una misura (IDEM index) dell'uguaglianza di genere aziendale, con l'evidenziazione delle aree migliori e delle aree critiche, e la successiva **certificazione di genere (IDEM)** commisurata al livello dell'indice raggiunto.

L'indice indaga **quattro dimensioni fondamentali**:

- ✓ **carriera** (accesso effettivo e accessibilità, in condizioni paritarie, delle donne a posizioni direttive e manageriali);
- ✓ **retribuzione** (sistemi retributivi progettati e gestiti secondo criteri di merito, trasparenza, equità e non discriminazione);
- ✓ **organizzazione** (struttura organizzativa e meccanismi di coordinamento e regole di controllo che non penalizzano le donne);
- ✓ **cultura** (presenza di valori, mindset, modelli di leadership, sistemi di relazione e strumenti di comunicazione che incorporano, tutelano e promuovono la parità di genere).

Il prossimo anno, come Euro Company, andremo a misurarci in prima persona per arrivare alla totale parità di genere, su tutti e quattro gli ambiti sopra indicati.





INDUSTRIA 4.0, PROGETTO ORGANIZZAZIONE IT, DWH & BUSINESS INTELLIGENCE



L'innovazione tecnologica e dei processi continua a essere un aspetto centrale della nostra realtà; per questo, una delle priorità per l'anno 2020-2021 è stata quella di proseguire nell'**implementazione di nuove tecnologie** in grado di efficientare i nostri risultati.

Nel dettaglio: abbiamo interconnesso, dal punto di vista informatico a una unità centrale i dati macchina di 16 impianti acquistati nel 2018 e 2019, in modo da raccogliere, comprendere e utilizzare al meglio la quantità di dati creati e monitorare i processi in tempo reale per ottimizzarne l'utilizzo.

Il prossimo triennio sarà cruciale per il proseguimento del nostro percorso di **trasformazione digitale**. Lo sviluppo e l'estensione di tecnologie permetteranno di integrare sempre di più i vari aspetti della catena di produzione. Nello specifico, proseguiremo con l'attività di interfaccia informatica dei macchinari, nell'implementazione delle tecnologie più evolute e nell'applicazione di sistemi integrati che incrementeranno l'efficienza degli impianti.

Per migliorare i nostri flussi di gestione abbiamo continuato l'attività di analisi dei nostri processi interni iniziata lo scorso anno assieme a una società di consulenza (Innext) al fine di individuare e imple-

mentare il **migliore sistema informativo** disponibile per supportarci nella gestione efficiente di tutti i nostri processi aziendali. Dopo una fase iniziale di analisi interfunzionale, sono stati definiti i requisiti necessari ai fini della selezione e **implementazione di un nuovo Data Warehouse** e di un **nuovo strumento di Business Intelligence**.

Questi sistemi **aumenteranno il livello di fruibilità dei dati aziendali** per poter eseguire un monitoraggio continuo delle performance di ogni area e costruire reportistiche personalizzate e condivisibili, oltre ad avere a disposizione informazioni sempre più puntuali e affidabili.

Nell'ottica di migliorare e automatizzare i processi di pianificazione, nel primo semestre 2021 è stato condotto un **progetto di revamping** del sistema di previsione della domanda di mercato. Grazie al nuovo applicativo potremmo disporre di dati previsionali di vendita più precisi e tempestivi, migliorando così la pianificazione della produzione e degli acquisti e riducendo al minimo i potenziali sprechi lungo tutta la catena di approvvigionamento aziendale. Abbiamo implementato, infine, un **sistema informatizzato** attraverso il quale è stato possibile connettersi, visualizzare e condividere i dati di prestazioni delle linee con i reparti produttivi delle sale di confezionamento.



INVESTIMENTO NEI DISPOSITIVI DI PROTEZIONE DA COVID-19 PER I DIPENDENTI

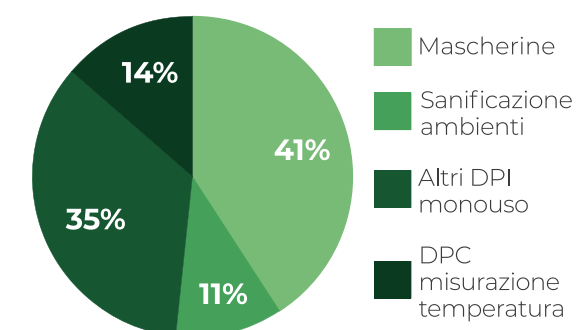


Per fronteggiare al meglio la situazione causata dal Covid-19, nel corso dell'anno 2020-2021 abbiamo continuato a **dotare tutti i nostri dipendenti dei dispositivi di sicurezza più idonei per tutelare la loro salute al massimo, anche sul luogo di lavoro**.

Per far questo abbiamo distribuito gratuitamente:

DPI E DPC ANTI-COVID

DPI E DPC ANTI-COVID	ACQUISTI ANNUI
Mascherine	39.270 €
Sanificazione ambienti	10.293 €
Altri DPI monouso	33.304 €
DPC - misurazione temperatura	13.000 €
Spese Covid - bilancio 2020	95.867 €



Per un totale di € 95.867

Nel corso del prossimo anno continueremo ad acquistare dispositivi di protezione individuale e a fornirli gratuitamente ai nostri dipendenti, consapevoli della necessità – soprattutto in un periodo come quello che stiamo attraversando attualmente – di tutelare la loro salute nel migliore dei modi.

INVESTIMENTI VOLTI A MIGLIORARE SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO



Durante lo scorso anno, sono stati investiti più di € 450.000 in progetti e attrezzature per migliorare la salute e la sicurezza sul lavoro, in un'ottica di continua ottimizzazione della strumentazione e delle infrastrutture, per rendere più sicuro ed efficiente il lavoro dei nostri collaboratori. Ogni investimento ha avuto l'obiettivo di migliorare l'operatività e la gestione dei materiali e ridurre i rischi per gli operatori, dalla movimentazione dei carichi alla pulizia e manutenzione dei forni.



Organizzazione interna e coinvolgimento

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



NUTS4GREEN: NUOVA APP JOJOB RT E INTRODUZIONE DEL MECCANISMO DEL CASHBACK

All'inizio dell'anno 2021-2022 NUTS4GREEN cambierà forma, grazie all'introduzione di una nuova App e del **meccanismo del cashback**. Grazie a quest'ultimo sarà possibile certificare in maniera precisa e puntuale i tragitti casa-lavoro percorsi in carpooling, accumulando crediti e scegliendo fra numerosi premi.

In più, con la nuova App gli/le smart workers potranno continuare a certificare le giornate di Lavoro Agile, vedendo il loro contributo alla tutela dell'ambiente.



POLICY RETRIBUTIVA

Nella prima parte del 2021, insieme a JobPricing (*punto di riferimento per lo studio del mercato del lavoro e delle dinamiche retributive*) abbiamo effettuato un'attività di benchmark e pesatura di tutti i ruoli presenti in Azienda, con l'obiettivo di arrivare – nell'anno 2021-2022 – alla condivisione di una **Policy Retributiva** aziendale.

Questa sarà un prezioso strumento per promuovere l'equità interna e la meritocrazia, essere competitivi nei confronti del mercato e indirizzare i comportamenti verso gli obiettivi di business, allineando i/le dipendenti e motivandoli.



SPORTELLLO VIRTUALE PER I DIPENDENTI

Nei primi mesi dell'anno 2021-2022 attiveremo lo **sportello dipendenti virtuale**: una nuova funzionalità del portale WorkFlow che permetterà a collaboratori e collaboratrici di risparmiare tempo ed effettuare domande o richieste all'Ufficio Relazioni Umane comodamente, in qualsiasi momento e in condizioni di totale sicurezza. Per spiegare efficacemente ai/alle dipendenti come aprire dei ticket rivolti direttamente all'Ufficio Relazioni Umane, per richieste amministrative e sul cartellino presenze, nel prossimo periodo pubblicheremo una video-pillola sul portale: perché la comunicazione con i/le dipendenti è alla base della nostra azione, ogni giorno.



NUOVA ANALISI DI CLIMA

Nel prossimo triennio chiederemo a tutti i dipendenti di partecipare a una nuova **indagine sul clima organizzativo**, un importante momento di ascolto per lo sviluppo positivo della nostra organizzazione. Grazie a questa nuova analisi sarà possibile capire come è cambiato il clima aziendale dal 2019 (anno della prima indagine realizzata) e approfondire il modo in cui le persone percepiscono l'ambiente di lavoro.

Tale analisi si concentrerà su dimensioni importanti per la vita organizzativa e la performance aziendale in quanto un clima positivo, di benessere e soddisfazione, è connesso a migliori risultati, maggior coinvolgimento nel lavoro, crescita nel senso di appartenenza e nella collaborazione, attrattività dei talenti e migliore soddisfazione del cliente.

PARTECIPAZIONE A MENTORSHE: IL PROGRAMMA DI MENTORING DELLA FONDAZIONE LIBELLULA



Attuare insieme alle aziende del network della Fondazione Libellula progetti, laboratori e attività per promuovere una cultura fondata sul rispetto, la parità di genere e per costruire una società equa e inclusiva è al centro della nostra azione. Nell'anno 2021-2022 vogliamo concentrarci sull'**empowerment e sulla creazione di percorsi di mentoring al femminile, come massima espressione di alleanza e sorellanza fra donne**.

Per questo daremo alle nostre dipendenti la possibilità di partecipare a **MentorSHE**: il programma interaziendale della Fondazione Libellula per sostenere crescita e sviluppo delle **mentee** (professioniste più giovani) offrendo loro un'opportunità di confronto e scambio con una **mentor** di esperienza e leadership riconosciute, capace di offrire supporto nel raggiungimento di obiettivi professionali e personali.



INTRODUZIONE DEL NUOVO SISTEMA DI MISURAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ: SDG ACTION MANAGER

Al fine di “scattare” una fotografia del livello di sostenibilità della nostra Azienda, nei prossimi anni andremo a ultimare la compilazione dell'**SDG Action Manager**: uno strumento, realizzato da B Lab in collaborazione con lo United Nations Global Compact, per fornire alle imprese uno strumento in grado di formulare un'**analisi delle prestazioni aziendali**.

Ultimando l'**SDG Action Manager** sarà possibile ottenere una vera e propria tabella di marcia per il raggiungimento e il monitoraggio degli obiettivi di sostenibilità e per valutare concretamente l'impatto che il nostro modo di fare impresa ha sui punti discussi dall'Agenda 2030. Grazie alla compilazione di questo strumento sarà inoltre possibile delineare la **nostra matrice di materialità**, fondamentale per orientare il piano di sostenibilità nel lungo periodo.



CREAZIONE DEL COMITATO INTERFUNZIONALE DI RICERCA E SVILUPPO

Per migliorare il flusso di lavoro e l'allineamento dei reparti coinvolti nella ricerca e sviluppo dei prodotti, nel triennio a venire vogliamo istituire un **gruppo interfunzionale di ricerca e sviluppo**, costituito dai Reparti di Qualità, Marketing, Commerciale, Acquisti e Sviluppo Prodotto che potranno così condividere i tempi, i requisiti tecnici e le analisi di fattibilità dei progetti innovativi sviluppati da Euro Company, garantendo efficacia ed efficienza all'intera organizzazione. Tale gruppo di lavoro sarà coordinato dal nostro Innovation Manager in qualità di team leader.



INDUSTRIA 4.0: DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI

Proseguiremo il **progetto di digitalizzazione** che avrà come scopo finale quello di incrementare il livello di efficienza dei processi di lavorazione e di confezionamento della materia prima.

Tale obiettivo potrà essere raggiunto attraverso l'implementazione di un sistema di monitoraggio puntuale delle performance dello stabilimento, l'automazione delle assegnazioni degli ordini di lavoro alle linee di produzione, il miglioramento della qualità e della velocità di trasmissione delle informazioni da e per il campo.



PILLOLE DI OSSIGENO

La creazione di un ambiente stimolante in cui confrontarsi passa anche dalla realizzazione di progetti e percorsi rivolti ai dipendenti e alla comunità di cui fanno parte. Per questo motivo, anche quest'anno abbiamo continuato con il progetto **Pillole di Ossigeno**: un ciclo di seminari nato a inizio 2019 per coinvolgere i dipendenti e i loro familiari nelle tematiche che ci stanno più a cuore.

In particolare, nell'anno 2020-2021 abbiamo realizzato seminari legati alla seguente tematica.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE



Al fine di continuare la nostra opera di sensibilizzazione sulle tematiche ambientali, fra maggio e giugno 2021 abbiamo organizzato **due nuovi incontri** del ciclo di seminari Pillole di Ossigeno nella nuova modalità on-line, **in collaborazione con**

Legambiente. Grazie agli utilissimi suggerimenti forniti dagli esperti di Legambiente, durante i webinar i partecipanti coinvolti hanno potuto apprendere e approfondire alcuni **comportamenti attuabili** da ognuno nella quotidianità per **contribuire alla salvaguardia dell'ambiente**.

Gli esperti hanno aiutato i/le partecipanti a comprendere come sia possibile condurre uno **stile di vita sostenibile** sotto diversi aspetti:

- ✓ raccolta e smaltimento dei rifiuti;
- ✓ realizzazione e gestione del compost domestico;
- ✓ raccolta degli oli esausti;
- ✓ abbellimento dei balconi e terrazzi attraverso la coltivazione di piante ideali per il clima e l'ecosistema;
- ✓ utilizzare alternative green a prodotti di plastica monouso, altamente inquinanti.



Per poter mettere in pratica tali suggerimenti, gli esperti hanno fornito ai partecipanti il **"kit del volontario"** – un preziosissimo strumento per diventare ottimi volontari ambientali dalle proprie abitazioni – composto da:

- ✓ una sacca in juta, ideale per fare la spesa evitando così le buste di plastica;
- ✓ un imbuto per la raccolta dell'olio alimentare esausto;
- ✓ dei semi di piante aromatiche per iniziare l'opera di abbellimento dei balconi.

Contentissimi del successo riscosso dagli incontri on-line, ci auguriamo di poter riprendere presto le attività di volontariato ambientale sul campo, convinti che il cambiamento verso un mondo più sostenibile passi anche attraverso i semplici e fondamentali gesti della vita di ognuno di noi.



93 dipendenti coinvolti nei webinar



Pillole di Ossigeno

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



SENSIBILIZZAZIONE ETICO-SOCIALE

Nel prossimo triennio, vogliamo portare all'attenzione dei nostri collaboratori e dei loro familiari le seguenti aree tematiche di interesse etico-sociale:

- ▶ Cyberbullismo
- ▶ Inclusione delle disabilità
- ▶ Tecniche di organizzazione personale
- ▶ Inclusione delle diversità: i diritti del mondo LGBT
- ▶ Laboratori natalizi di riciclo dei materiali per i figli dei dipendenti
- ▶ Generazioni a confronto: dagli over 65 alla Generazione Z



Seminari di Pillole di Ossigeno realizzati nel corso dell'anno precedente (AA. 2019-2020)

Rispetto dell'ambiente e raccolta differenziata dei rifiuti

In occasione della giornata "Clean Up the World", il più grande appuntamento di volontariato ambientale nel mondo, insieme ai nostri dipendenti abbiamo deciso di dedicare un momento condiviso alla salvaguardia della nostra seconda casa: il pianeta. Ciò effettuando un'attività di riqualificazione dell'area della Foce del Torrente Bevano, riserva naturale situata a Lido di Dante.

Energia verde e mobilità sostenibile

Durante il Seminario, tenuto dagli esperti di Energia Corrente (nostro partner attivo nel rendere più semplice e sostenibile il mondo dell'energia) e Five (Fabbrica Italiana Veicoli Elettrici), sono state affrontate 3 tematiche principali:

**SOSTENIBILITÀ ENERGETICA
ENERGIA VERDE CERTIFICATA
MOBILITÀ SOSTENIBILE.**

Acqua microfiltrata

Contribuire alla riduzione dei rifiuti è fondamentale per alleggerire la nostra impronta sul pianeta. Per questo a fine 2019 abbiamo organizzato un Seminario per condividere con i dipendenti e le loro famiglie i vantaggi derivanti dall'installazione di un impianto per il trattamento dell'acqua in casa e le principali differenze fra le varie tipologie di impianto.

Tecniche di gestione dello stress (Mindfulness)

Breath & Mind, un ciclo di incontri nato per offrire a tutti gli interessati - gratuitamente e nel proprio orario lavorativo - la straordinaria possibilità di partecipare a lezioni di Mindfulness tenute da un formatore esperto. Il tutto per allenare la concentrazione e attingere dal proprio potenziale personale al fine di ridurre e gestire lo stress e di far emergere lo stato consapevole nelle prestazioni e attività professionali e di vita.

Violenza di genere


Il Seminario, tenuto da una trainer della Fondazione Libellula, è stata una preziosa occasione per riflettere insieme su due tematiche così importanti come violenza e discriminazione di genere.



WELFARE E BENEFIT

Armonizzare i tempi di vita e di lavoro dei nostri dipendenti, guardando oltre gli obblighi sindacali e di legge, è per noi fondamentale. In linea con questo spirito, offriamo ai nostri dipendenti:

ASSICURAZIONE VITA E INVALIDITÀ PERMANENTE

 Il deciso percorso verso il miglioramento continuo, il benessere e la salute delle persone, ci ha portati a incrementare i servizi e i benefici a favore dei dipendenti. Fra questi, si annovera **l'Assicurazione Vita per tutti i dipendenti**. Tale Assicurazione, **completamente a carico dell'Azienda**, ha come obiettivo ultimo quello di **tutelare la collettività dei propri dipendenti**, offrendo a tutti la possibilità di "pensare" al proprio **futuro in caso di invalidità permanente o a quello dei propri cari in caso del proprio prematuro decesso**.

La polizza assicurativa copre tutti i dipendenti in qualsiasi momento della propria vita, non solo a seguito di eventi accaduti sul luogo di lavoro. In caso di invalidità permanente o di morte del dipendente assicurato da Euro Company, è prevista l'erogazione di un **massimale di € 100.000,00**.

BENEFIT COMPILAZIONE MODELLO 730



La **compilazione della dichiarazione dei redditi** è un'operazione che spesso può rivelarsi complessa e onerosa.

Per questo, in Euro Company mettiamo a disposizione di tutti i nostri dipendenti – **gratuitamente e in Azienda** – il servizio di compilazione del modello 730.

Negli ultimi anni, abbiamo infatti regalato a tutti i dipendenti interessati il servizio di compilazione del modello 730 per la dichiarazione dei redditi, consentendo a questi di portare – nei periodi prestabiliti – la documentazione per la dichiarazione dei redditi in Azienda e di consegnarla agli addetti fiscali, risparmiando così tempo e denaro.



161 dichiarativi 730 elaborati per i dipendenti nell'anno 2020-2021

ACQUA E BORRACCE



Tutti i dipendenti sono dotati di una **borraccia in acciaio personalizzata**, che può essere riempita presso le fontanelle di acqua microfiltrata presenti in Azienda. In questo modo il vantaggio è duplice: **si evita la produzione di rifiuti plastici e si garantisce acqua buona e filtrata a tutti**.

PAUSA CAFFÈ



Ogni anno si consumano 120.000 tonnellate di rifiuti prodotte da capsule di caffè. Per questo, in Euro Company, abbiamo deciso di eliminarle **introducendo nuove macchine del caffè che, macinando i grani al momento, producono rifiuti 100% compostabili**. E dal momento che il benessere passa anche per una pausa, il **caffè è completamente gratuito**, per tutti i dipendenti.



CONVENZIONI



Per i nostri dipendenti, abbiamo attivato delle **convenzioni con alcune strutture presenti sul territorio** che vengono costantemente aggiornate: piccoli vantaggi quotidiani che hanno l'obiettivo di stabilire una connessione positiva tra i dipendenti e il territorio in cui l'Azienda opera. Queste convenzioni sono attive in diversi ambiti: tempo libero, benessere, servizi bancari, salute, divertimento ecc.





Welfare e benefit

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



PARCO OSSIGENO E NUOVO STABILIMENTO DEDICATO AL BIOLOGICO

I lavori del **nuovo centro polifunzionale** (Parco Ossigeno) sono stati ultimati a inizio 2020. Causa Covid-19, non è stato però ancora possibile procedere con l'inaugurazione ufficiale. Al fine di valutare in modo responsabile come evolverà la situazione particolare che stiamo vivendo per agire in sicurezza e cautelare la salute di tutti, appena sarà possibile verrà aperto il nuovo complesso.

Al suo interno, oltre al centro direzionale saranno presenti una **palestra** dedicata ai dipendenti, **un'area show cooking**, **una zona verde esterna con campo sportivo polifunzionale e percorso vita** accessibile a tutti i collaboratori e un punto vendita diretto dedicato alla vendita dei prodotti Euro Company, con convenzioni riservate a tutti i dipendenti e residenti nella provincia di Ravenna.

Accanto al Parco Ossigeno, nel prossimo triennio sorgerà anche un nuovo stabilimento produttivo (i cui lavori sono attualmente in corso), interamente votato al **biologico**.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso i Dipendenti**, contribuiamo al raggiungimento di **14** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE
RADICE #02:

Riduciamo al minimo possibile le lavorazioni della materia prima, per garantire ogni giorno la migliore frutta secca ed essiccata ai nostri consumatori.



PRODOTTI DI QUALITÀ: LA GARANZIA DEL MIGLIORE PRODOTTO POSSIBILE



Promuovere la cultura del benessere fisico e spirituale attraverso una sana e corretta alimentazione è per noi fondamentale.

Per questo il nostro impegno e la nostra dedizione confluiscono nello sviluppo di prodotti sani e gustosi, che soddisfino i consumatori alla ricerca di prodotti naturali e il meno possibile processati.

Innovare il settore alimentare, senza ricorrere all'uso di coloranti, additivi o conservanti, è quindi la nostra sfida e il punto di partenza per la creazione di prodotti che rispondano a questi requisiti, a partire da materie prime di qualità provenienti da filiere trasparenti e certificate.



COMBATTERE L'ABUSO DI ZUCCHERO E SALE



La maggior parte dei cibi che consumiamo, anche i più insospettabili, contiene zuccheri nascosti.

Una parte dell'industria alimentare, infatti, utilizza lo zucchero non solo come dolcificante, ma anche come colorante, agente di sapore e, soprattutto, conservante, alterando inevitabilmente la materia prima di partenza.

Molto spesso, inoltre, l'indicazione è relegata alla sola tabella nutrizionale contenuta sul retro del pack, con conseguente scarsa informazione per il consumatore.

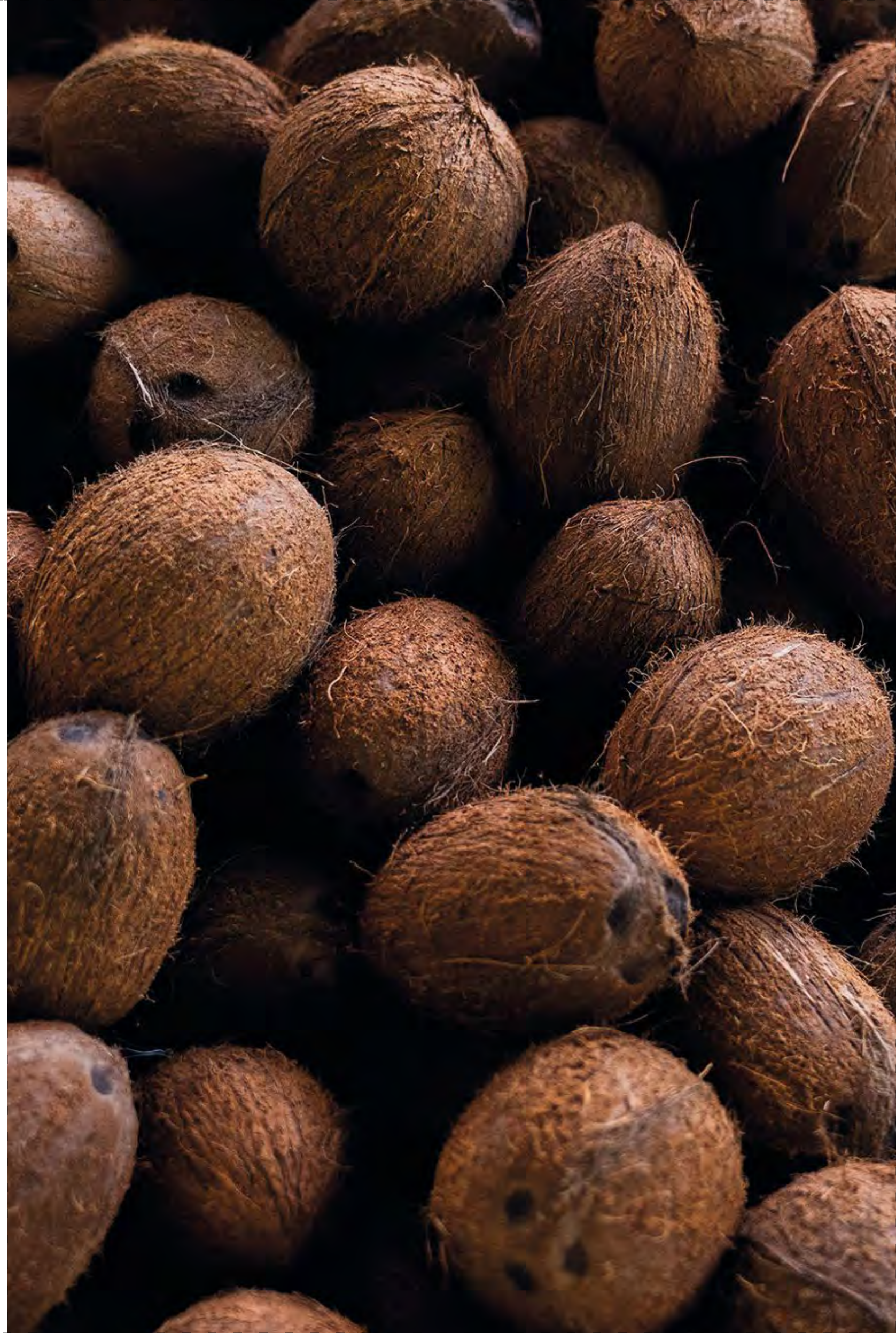
Da alcuni anni in Euro Company abbiamo intrapreso una battaglia affinché ci siano **indicazioni chiare e trasparenti** sugli zuccheri presenti nei prodotti alimentari, per rendere il consumatore effettivamente al corrente e conscio della propria scelta di consumo.

Siamo consapevoli che lo zucchero in sé non sia un ingrediente da demonizzare, piuttosto da limitare e controllare all'interno di una dieta sana ed equilibrata: la chiave sta infatti nel consumare con attenzione e in modo oculato ogni cibo, per non incorrere in effetti negativi sulla nostra salute.

Le Autorità sanitarie, a questo proposito, non escludono in maniera categorica il consumo di zuccheri semplici che, peraltro, rivestono un'importante funzione fisiologica, ma cercano di informare su rischi e benefici dello zucchero.

Siamo altresì **convinti che la bontà e la qualità della frutta migliore non abbiano bisogno di ulteriori ingredienti o manipolazioni.**

Da questa idea è nato uno dei nostri brand più conosciuti: **Semplicemente Frutta**, la frutta essiccata senza zuccheri aggiunti, se non quelli naturalmente già presenti in ogni frutto, per offrire ai nostri consumatori tutto il **gusto autentico e puro della frutta.**



Discorso analogo per il **sale**. Grazie al suo contenuto di sodio, è un elemento di grande importanza nell'alimentazione, con la dovuta attenzione per la quantità che se ne utilizza: per un soggetto adulto non si dovrebbero superare i 4-5 grammi al giorno. Come lo zucchero, anche il sale è molto spesso utilizzato nell'industria alimentare per aggiungere sapore agli ingredienti o per coprirne i difetti.

Per questo, molti dei nostri prodotti – a partire da **Vitamore**, la frutta secca tostata e non fritta con solo lo 0,25% di sale – vogliono porre l'attenzione proprio su un uso corretto di questo ingrediente, dando importanza innanzitutto alla qualità e al gusto della frutta secca.

NO ADDITIVI



Nella ferma intenzione di offrire solo prodotti 100% naturali, non utilizziamo coloranti, additivi e miglioratori. Ad esempio, non utilizziamo l'olio di palma, perché non rispecchia in nessun modo la nostra filosofia e, per coerenza e convinzione, non ne facciamo uso. Utilizziamo il minor numero possibile di conservanti, e solo quelli strettamente indispensabili per i prodotti velocemente deperibili.

NUOVE COLLABORAZIONI CON L'UNIVERSITÀ PER L'ANALISI E LA VALUTAZIONE QUALITATIVA DEI PRODOTTI



I nostri prodotti, storicamente, per via della bassa Aw (attività dell'acqua), sono sempre stati considerati a basso **rischio microbiologico**. Recenti accadimenti – oltre a una valutazione approfondita sulle allerte intervenute a livello europeo – ci hanno portato a rivalutare l'entità del pericolo.



A tale scopo abbiamo avviato alcune concezioni con l'Università di Bologna:

- ✓ la prima relativa allo **studio della bibliografia** in essere delle materie prime lavorate in Euro Company. Lo studio, conclusosi nel marzo 2020, ha portato alla stesura di una relazione finale e alla pubblicazione del libro *Relazione sullo stato dell'arte dei rischi microbiologici associati a frutta a guscio e frutta disidratata* nel gennaio 2021;
- ✓ la seconda focalizzata sulla **valutazione delle cariche microbiche** delle matrici da noi trattate, attraverso campionamenti e analisi per avere un quadro complessivo degli standard microbiologici dei prodotti. Nel corso della valutazione, conclusa a gennaio 2021, sono stati analizzati 600 campioni di materie prime e a giugno 2021 è stata rilasciata la relazione finale *Caratterizzazione della carica microbica di prodotti a base di frutta secca*;
- ✓ la terza riguardante le **prove di valutazione dell'efficacia del trattamento a radiofrequenze nelle materie prime** considerando l'abbattimento di un microrganismo target (*Enterococcus fae-*

cium). Lo studio ha compreso 26 matrici e si è concluso a marzo 2021 con la stesura della relazione *Studio dell'efficacia di un trattamento alle radiofrequenze per l'abbattimento del carico microbico su frutta secca e disidratata*.

A seguito di queste prove sono state programmati ulteriori progetti con l'Università di Bologna. Nello specifico:

- ✓ prove di valutazione sul trattamento radiofrequenze: in questo caso sono state considerate 4 matrici per verificare l'efficacia del trattamento nell'abbattimento della flora microbica presente nei prodotti;
- ✓ realizzazione di Challenge test microbiologici su prodotti fermentati. La valutazione del pericolo microbiologico ci consentirà di modulare i processi e monitoraggi in funzione degli esiti che saranno ottenuti;
- ✓ studio dell'efficacia del trattamento di tostatura realizzato presso Euro Company nell'abbattimento della carica microbica presente nella frutta secca.

Siamo convinti che condividere studi e esperienze con l'intera industria alimentare significhi garantire sicurezza a tutto il comparto e consolidare relazioni in funzione del **benessere del consumatore**.

Come anticipato, nel 2020 abbiamo sostenuto la realizzazione e distribuzione del libro *Relazione sullo stato dell'arte dei rischi microbiologici associati a frutta a guscio e frutta disidratata*, opera firmata dal professor Fausto Gardini, ordinario del **Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Università di Bologna**, che approfondisce l'incidenza di contaminazioni microbiologiche sulla produzione di frutta secca e frutta disidratata, un fenomeno in crescita che trova le sue ragioni nell'aumento della domanda, nella diversificazione della produzione, nella globalizzazione dei mercati e nelle mo-

dalità di consumo. Questo in una categoria di alimenti che da un lato è meno incline al deterioramento microbico e alla proliferazione di microrganismi, ma dall'altro può risultare, per le sue caratteristiche compositive, favorevole alla sopravvivenza, anche se non alla moltiplicazione, dei microrganismi presenti, ivi inclusi agenti patogeni come Salmonella e *Escherichia coli* STEC.

Nel suo insieme, l'opera e gli articoli presi a riferimento non si concentrano con profondità sulle cause delle contaminazioni. L'evidenza che si vuole portare all'attenzione del settore e dell'industria alimentare è che se da un lato conosciamo i rischi microbiologici sul fronte della produzione primaria, meno approfondita è l'informazione sul potenziale di sopravvivenza e proliferazione dei patogeni sulle linee di produzione e l'eventuale responsabilità in contaminazioni crociate.

Il libro raccoglie le informazioni analitiche di mercato e laboratorio, riunendo nella sua relazione anche i più diffusi e moderni processi industriali di controllo dei patogeni e conservazione degli alimenti. In questo modo il libro vuole argomentare e condividere le sue conclusioni sulle ragioni di un indifferibile aggiornamento sui rischi di contaminazione alimentare in questo settore specifico.



LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

Misurare l'impatto dei nostri prodotti su salute e nutrizione è per noi un valore determinante.

A conferma della qualità del lavoro che svolgiamo, abbiamo ottenuto e manteniamo **importanti certificazioni in ambito alimentare ed etico**, tra cui:



IFS (International Food Standard) e **BRC** (British Retail Consortium) sono standard riconosciuti dal GFSI: Global Food Safety Initiative, nato nel maggio del 2000 per vo-

lere del Consumer Goods Forum, network globale indipendente che opera con la finalità di assicurare la distribuzione di beni di consumo idonei (per esempio sicuri dal punto di vista igienico sanitario) ai consumatori.

IFS e BRC, certificazioni per cui abbiamo ottenuto i massimi punteggi, si prefiggono due scopi principali:

1. Implementare e rendere operativo un sistema di gestione che consenta all'Azienda di controllare il rispetto dei requisiti di qualità, sicurezza e conformità legale con particolare riferimento alle leggi in vigore nei Paesi di destinazione dei prodotti finiti
2. Disporre di uno strumento per migliorare la gestione della sicurezza alimentare, attraverso il controllo e il monitoraggio dei fattori critici.

INCREMENTO PRODOTTI CON CERTIFICAZIONE BIO COMMERCIALIZZATI



La **certificazione biologica** attesta il rispetto del Reg UE 848/2018.

Il marchio Europeo di riconoscimento di questa certificazione è identificabile con il logo verde e la foglia stellata, ed è un marchio pubblico che garantisce la conformità al regolamento comunitario. Il sistema biologico è un sistema globale di gestione dell'azienda agricola e di produzione agroalimentare basato sull'interazione tra le migliori pratiche ambientali, un alto livello di biodiversità, la salvaguardia delle risorse naturali, l'applicazione di criteri rigorosi in materia di benessere degli animali e una produzione ottenuta con sostanze e procedimenti naturali.

Nell'anno fiscale 20/21 le vendite dei prodotti Bio, rispetto al volume d'affari totale, sono state pari all'11% attestando un incremento del 20% sull'anno precedente.



PROMUOVERE UN'ALIMENTAZIONE PLANT-BASED



L'unica alimentazione sostenibile, per il nostro corpo e per il nostro pianeta, è quella basata su un consumo prevalente di vegetali. Non è una posizione ideologica.

È scientificamente dimostrato, infatti, che un eccesso di proteine animali può arrecare danni anche seri alla nostra salute, così come è scientificamente dimostrato che gli allevamenti intensivi sono la prima causa al mondo di emissioni di gas serra.

È da questa idea che sono nati i nostri **fermentini**: prodotti completamente naturali e 100% vegetali che nascono dalla fermentazione di frutta secca e semi oleosi, con la sola aggiunta di acqua e sale.

Sono un alimento ideale per chi vuole arricchire la propria alimentazione con prodotti vegetali realmente sani e gustosi e allo stesso tempo vuole ridurre il consumo di cibi di origine animale. Fonte di proteine, mantengono tutte le caratteristiche nutrizionali della frutta secca che gli conferiscono un alto valore nutrizionale con in più i benefici del processo di fermentazione.

Sono alimenti **naturali e biologici** che, a differenza di molti prodotti ultra-processati presenti sul mercato, prevedono una lista di ingredienti cortissima e senza l'aggiunta di alcun tipo di conservante o additivo.

Percorriamo una strada diversa dai sostituti vegetali che contengono troppi ingredienti – tra cui conservanti e addensanti; con *Cicioni*, *Fermè*, *Camelia* e *Grattino* offriamo alle persone un gusto fuori dal comune grazie alla magia della fermentazione.



LANCIARE NUOVI PRODOTTI, IN LINEA CON LA NOSTRA FILOSOFIA



Per portare sulla tavola dei consumatori prodotti più buoni, sani e naturali, nell'ultimo anno abbiamo lanciato 3 nuove referenze della linea **100%**, le nostre **creme fatte di sola frutta secca biologica**, prive di addensanti e conservanti. Solo un ingrediente, solo frutta secca. Anacardi, mandorle tostate e la combinazione mandorle pelate e pistacchio sono le referenze che si sono aggiunte alle già esistenti creme di arachidi, mandorle pelate e nocciole. Perché per noi innovare nel mondo della frutta secca significa trovare sempre nuovi modi di gustarla, senza dover ricorrere a ingredienti che ne alterino il sapore.

100%
Le creme di sola frutta secca



Per sostenere l'agricoltura italiana abbiamo sviluppato la nostra linea di **bicchierini 100% Frutta Italiana**, realizzati con plastica riciclata e 100% riciclabile, che racchiudono tutto il profumo e l'aroma della migliore frutta secca ed essiccata proveniente da aziende che rispettano e valorizzano il nostro territorio.



Il 2020 è stato anche l'anno della nostra **Snack Revolution**.

Tre irresistibili **combinazioni di frutta secca ed essiccata**, in linea con la nostra filosofia. Tre brand iconici e focalizzati, nati con l'obiettivo di rivoluzionare il mondo dell'avancassa da impulso, ancora troppo caratterizzato da prodotti fritti, extra salati e dolcificati.

Tre snack realmente innovativi e differenziati:

- ✓ **Robusto Caffèina Croccante**, combinazione che unisce la dolcezza dell'ananas e la croccantezza delle noci pecan all'aroma dei chicchi di caffè tostati;
- ✓ **Chocorilla**, il dolce choco salato, un esplosivo contrasto tra la croccante dolcezza delle noci pecan caramellate al miele, pepite di cioccolato fondente e anacardi tostati leggermente salati;
- ✓ **Crazy Cocco**, la chips di cocco tostata in forno con un pizzico di sale marino.



POTENZIARE IL MERCATO ESTERO



Nell'ultimo anno, abbiamo incrementato il peso dell'export sul nostro fatturato con più di 30 Paesi raggiunti, anche grazie al grande successo dei fermentini.

Norvegia, Danimarca, Paesi Bassi sono solo alcuni dei Paesi nei quali questa categoria di prodotti riceve una calorosa accoglienza. Il mercato nord-europeo si conferma infatti particolarmente ricettivo e sensibile ai

temi dell'alimentazione *plant-based* sana e sostenibile e al tempo stesso della "*clean label*", ovvero un'etichetta trasparente con il minor numero possibile di ingredienti.

Alcune delle catene in cui siamo presenti sono: Whole Foods e Planet Organic in UK, Biocoop e Bio-Planet in Francia, Ekoplaza in Olanda, Veritas in Spagna.

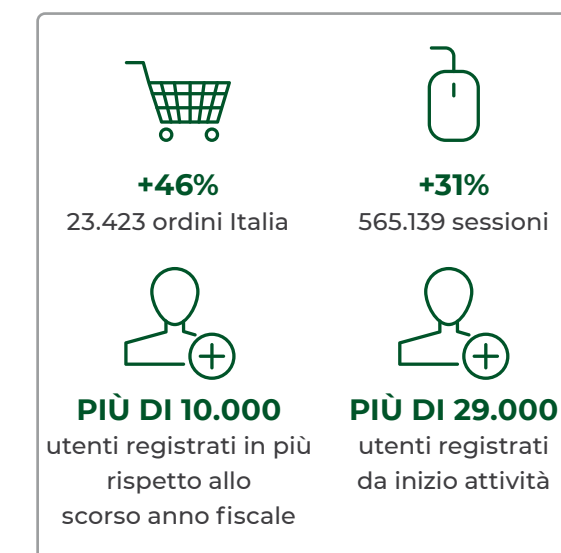
La nostra frutta secca – recentemente – è entrata poi nel reparto Ortofrutta dei circa 650 punti della catena Albert Heijn, nata nei Paesi Bassi nel 1887 e, ad oggi, considerata la più grande catena di supermercati olandese e uno dei maggiori retailer europei. Non solo, Albert Heijn si è riconfermata come l'insegna più sostenibile dei Paesi Bassi secondo il *Sustainable Brand Index* – il più grande studio indipendente sui marchi europei legati alla sostenibilità. Il 2020 inoltre ha visto ufficialmente il lancio sul mercato tedesco di *Naturally*, l'equivalente di *Frutta e Bacche*, il nostro e-commerce di frutta secca ed essiccata in grandi formati.



POTENZIARE L'E-COMMERCE



Nel corso dell'anno 2020-2021 abbiamo ottenuto i seguenti risultati:



Nell'anno 2020-2021 abbiamo inoltre ottenuto i primi 1000 ordini sul nostro e-commerce **Naturally**. Anche i consumatori tedeschi hanno accolto con grande entusiasmo il nostro e-commerce e la qualità delle nostre materie prime: questo ci dà l'energia giusta per raggiungere prossimamente anche altri mercati europei.

INVESTIMENTI R&S



L'investimento nelle attività di Ricerca e Sviluppo e Innovazione tecnologica - finalizzate alla realizzazione di prodotti o processi di produzione nuovi - si attesta nella fascia 1-5% del fatturato; circa un milione di euro è stato investito nel personale interno direttamente impegnato in attività di R&S. In particolare, i nostri fermentini e le creme di frutta secca sono le categorie su cui si sono concentrati i nostri investimenti nell'ultimo anno, consci che l'innovazione che guida il nostro lavoro garantisca ai consumatori prodotti sempre migliori e in linea con le loro mutevoli richieste.



Il miglior prodotto possibile

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



ANCORA NUOVI PRODOTTI

Il nostro percorso di ricerca e sviluppo è sempre in fermento e continueremo con entusiasmo a sviluppare nuovi prodotti in grado di soddisfare le sempre nuove esigenze dei consumatori, mantenendo come stella polare il nostro Protocollo di Qualità Etica.

Inoltre, il progressivo ritorno alla normalità dopo un anno così particolare, ci permetterà fisicamente di stringere ancora di più le relazioni con clienti e consumatori grazie alla ripartenza di eventi, fiere di settore, conferenze e altri momenti dedicati, che si affiancheranno alla nostra costante presenza online.



ULTERIORE SVILUPPO DEL MERCATO INTERNAZIONALE

Essere presenti sul mercato estero ci permette di nutrirci delle esperienze di Paesi molto diversi dal nostro: un'occasione preziosa da cogliere per arricchirci su ogni fronte. Vogliamo diffondere sempre più sui mercati internazionali l'idea e i valori alla base dei nostri prodotti, declinati sulle caratteristiche peculiari di ogni Paese. L'obiettivo è quindi mantenere e sviluppare sempre nuove collaborazioni con catene estere al fine di proseguire il nostro percorso di innovazione ed evoluzione.



ULTERIORE SVILUPPO DELL'E-COMMERCE

Dopo un anno particolare che ha visto una crescita esponenziale dell'e-commerce, l'obiettivo primario è quello di consolidare e potenziare questo canale, continuando a offrire agli utenti *Frutta e Bacche* la migliore materia prima in grandi formati comodamente a casa propria ogni giorno.

Ulteriori obiettivi che ci poniamo sono:

- ▶ potenziare il canale tedesco di *Naturally*, partito nel 2020;
- ▶ sviluppare la nostra presenza in due nuovi mercati esteri, Francia e Spagna;
- ▶ incrementare il numero delle filiere coinvolte, e far conoscere ai consumatori chi ogni giorno si prende cura della frutta secca ed essiccata che ricevono;
- ▶ progettare un imballo secondario riutilizzabile con l'obiettivo di promuovere verso la nostra community la cultura del riuso.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso Clienti e Consumatori**, contribu-
iamo al raggiungimento di **4** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda
ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE **RADICE #03:**

Investiamo nelle energie rinnovabili, nella riduzione dei rifiuti e nello sviluppo di packaging più sostenibili, per la salvaguardia del pianeta.

In Euro Company crediamo fortemente nella **tutela dell'ambiente**, con l'obiettivo di ricercare soluzioni sempre più ecologiche e sostenibili: dall'utilizzo di **energie rinnovabili** allo **sviluppo di packaging** rispettosi dell'etica - oltre che dell'estetica, dalla **riduzione dei rifiuti** alla ricerca di fornitori con il minor impatto ambientale possibile.

ENERGIA 100% RINNOVABILE E SOSTENIBILE



Ad oggi, il 100% dell'energia elettrica che acquistiamo è ottenuta da fonti rinnovabili certificate. In particolare, **scegliamo energia al 100% proveniente da fonte eolica** perché è un'energia pulita che non inquina e non produce rifiuti.

VERSO UN PACKAGING 100% RICICLABILE



Siamo perfettamente coscienti che l'immissione di packaging nel pianeta rappresenti un tema di cui occuparci oggi. Quando parliamo di sostenibilità, di fatto pensiamo a una filosofia, un approccio, che riesca a soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i loro.

Per indirizzare correttamente le nostre scelte e con lo scopo di immettere sul mercato packaging sempre più sostenibili, abbiamo attivato nel 2020 uno **studio LCA** (Life Cycle Assessment) con l'obiettivo di analizzare il ciclo di vita dei nostri imballi una volta terminato il loro utilizzo, a partire da un'analisi tecnica nata in collaborazione con il principale riciclatore di materiali plastici sul territorio nazionale e il nostro fornitore di imballi flessibili (converter).

Lo studio LCA ha visto un investimento del **valore complessivo di € 30.000**, indi-

ispensabile per tradurre la nostra visione in azioni concretamente ecosostenibili.

Un'indagine approfondita dell'impatto ambientale che il nostro packaging ha in tutte le fasi del suo ciclo, dal polimero al termine dell'utilizzo, per poi valutare l'effetto dal punto di vista ecologico.

La comparazione scientifica dell'impatto è stata effettuata tra diversi **materiali da imballo flessibili** utilizzati in Euro Company: quelli riciclabili secondo le linee guida Conai, che rispettano i canoni dell'economia circolare e delle Direttive Europee 94/62/CE e 2004/12/CE, i compostabili e i poliaccoppiati carta + plastica con certificazione Aticelca, fascia C. Per quanto riguarda i materiali da **imballi rigidi**, invece, sono stati confrontati i materiali realizzati con polimeri di origine vegetale (quindi compostabili) e quelli prodotti con materiali in cartone.

Lo **studio LCA** comparativo si è concluso nel mese di **luglio del 2020**, ottenendo la **certificazione** da parte dell'ente terzo certificatore CSQA che lo ha dichiarato conforme alle norme UNI EN ISO 14040:2006 e UNI EN ISO 14044:2018 con certificato n. 59191.

Ecco i risultati dello studio per quanto riguarda gli **imballaggi flessibili**. Il segno negativo indica una riduzione dell'impatto ambientale del relativo indicatore, per cui rappresenta un risultato migliorativo e quindi positivo.



MATERIALE: PLASTICO POLIOLEFINICO RICICLABILE	VALORI	
Acidificazione	-	-
Cambio climatico	-	-
Utilizzo del suolo	-	-
Formazione ozono	-	-
Consumo risorse fossili	-	-
Formazione particolato	-	-

MATERIALE: COMPOSTABILE	VALORI	
Acidificazione	+	-
Cambio climatico	-	-
Utilizzo del suolo	+	-
Formazione ozono	-	-
Consumo risorse fossili	-	-
Formazione particolato	+	-

MATERIALE: POLIACCOPPIATO PLASTICA + CARTA	VALORI	
Acidificazione	-	-
Cambio climatico	-	-
Utilizzo del suolo	+	-
Formazione ozono	-	-
Consumo risorse fossili	-	-
Formazione particolato	-	-

E questi sono i risultati ottenuti dagli **imballaggi rigidi**:

MATERIALE: PLA	VALORI	
Acidificazione	+	-
Cambio climatico	-	-
Utilizzo del suolo	+	-
Formazione ozono	-	-
Consumo risorse fossili	-	-
Formazione particolato	+	-

MATERIALE: CARTONCINO CKB	VALORI	
Acidificazione	+	-
Cambio climatico	-	-
Utilizzo del suolo	+	-
Formazione ozono	-	-
Consumo risorse fossili	-	-
Formazione particolato	+	-

Osservando i risultati di queste tabelle siamo stati in grado di scegliere la **direzione più sostenibile per i nostri prodotti che ne garantisca la shelf life**: il materiale plastico poliolefinico riciclabile.

In prima battuta, infatti, ci eravamo concentrati sulla possibilità di passare a materiali esclusivamente compostabili ma, vista la disomogeneità degli impianti di raccolta sul territorio nazionale – e alla luce di questi risultati – abbiamo ritenuto non ci fossero ancora le condizioni ottimali per poter procedere su questa strada; i tempi di un impianto di compostaggio industriale, infatti, al momento differiscono troppo dai tempi effettivi di biodegradabilità indicati dalla normativa EN 13432.

La nostra **scelta** è quindi ricaduta su **packaging 100% riciclabili** composti da polimeri e materiali che, una volta utilizzati, trovano una seconda vita, cioè tornano a essere **polimeri riutilizzabili**. Inoltre, quando possibile, scegliamo materiali già riciclati.

Ne sono un esempio i bicchieri R-PET che abbiamo utilizzato per la nostra frutta secca ed essiccata 100% italiana, ossia composti da materiale riciclato per l'80% e 100% riciclabili.

La completa transizione verso materiali riciclabili ha subito nel corso dell'anno un rallentamento a causa delle problematiche relative alla pandemia, riprendendo a pieno regime il suo corso a giugno 2021 con l'obiettivo di **completare il percorso entro la fine del 2022**.

Le due tabelle successive mettono a confronto la situazione degli ultimi due anni.

Di seguito i dati relativi al periodo 2019/2020:

NUMERO TOTALE FILM UTILIZZATI IN EURO COMPANY	NUMERO FILM GIÀ RICICLABILI	FILM IN FASE DI MODIFICA
503	298	205
	59%	41%

E, a seguire, i dati relativi al periodo 2020/2021:

NUMERO TOTALE FILM UTILIZZATI IN EURO COMPANY	FILM GIÀ ELIMINATI O IN FASE DI ELIMINAZIONE PER RAZIONALIZZAZIONE ASSORTIMENTO E RIDUZIONE SPRECHI	NUMERO FILM IN ASSORTIMENTO GIÀ RICICLABILI	FILM IN ASSORTIMENTO IN FASE DI MODIFICA
524	127	258	139
	24%	65%	35%

La tabella mostra come – rispetto allo scorso anno fiscale – sia stata apportata innanzitutto **una riduzione di circa il 25% del numero totale di film utilizzati** per il confezionamento, con un processo di razionalizzazione dell'assortimento e riduzione degli sprechi che ci ha permesso di eliminare ben 127 referenze rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda i cartoni e gli imballi secondari:

TOTALE CARTONI/IMBALLI SECONDARI	CON MATERIALI RICICLATI	CON MATERIALI NON RICICLATI	CON CERTIFICAZIONE FSC	NON CERTIFICATI FSC
183	128	55	94	89
	70%	30%	51%	49%

Il **70%** dei nostri cartoni e imballi secondari è prodotto con materiali riciclati: l'obiettivo che ci siamo posti per l'anno 21/22 è quello di arrivare all'80% di materiali con certificazione FSC. L'etichetta **FSC mix** attesta che la carta della confezione provenga esclusivamente da materiale di riciclo e recupero, mentre l'attestazione **FSC recycled** assicura che la carta all'interno del prodotto derivi da materiale certificato FSC, materiale riciclato e/o legno controllato. Queste scelte si vanno a sommare a un'altra azione concreta: la riduzione del peso degli imballi sovradimensionati, quando ciò è possibile.

RIDUZIONE RIFIUTI DA IMBALLAGGIO



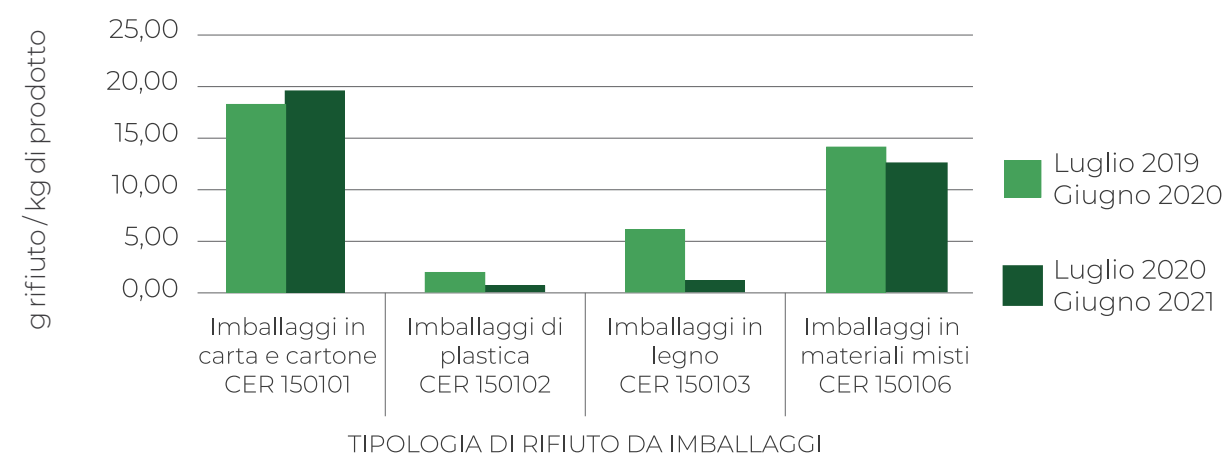
In Euro Company trattiamo principalmente quattro tipologie di imballaggio che, una volta terminata la loro funzione, vengono smaltite come le seguenti tipologie di rifiuto:

- ▶ imballaggi in carta e cartone
- ▶ imballaggi di plastica
- ▶ imballaggi in legno
- ▶ imballaggi in materiali misti.

In termini assoluti, rispetto all'anno precedente, abbiamo ottenuto una **riduzione di tutte le tipologie di rifiuti da imballaggio**.

Tuttavia, prendendo come riferimento il quantitativo di **rifiuto prodotto per kg di prodotto lavorato**, come mostra la figura seguente, questi sono i risultati ottenuti:

- ▶ Cod. CER 150101 - imballaggi in carta e cartone - aumento del 6% (in questo caso si è avuto un aumento di imballaggio per kg lavorato)
- ▶ Cod. CER 150102 - imballaggi di plastica - riduzione del 63%
- ▶ Cod. CER 150103 - imballaggi in legno - riduzione dell'84%
- ▶ Cod. CER 150106 - imballaggi in materiali misti riduzione del 12%.



RIDUZIONE DEGLI SCARTI DI PRODUZIONE



Per ridurre ulteriormente gli scarti derivanti dalla produzione, nell'ultimo anno abbiamo attivato un **impianto di recupero dell'olio esausto** anche nella seconda friggitrice del nostro stabilimento, separando lo smaltimento dell'olio di friggitura da quello presente nel filtro carta. Abbiamo inoltre perfezionato il **sistema di raccolta e smaltimento nelle linee di confezionamento**, in grado di separare tutto il materiale di scarto organico dagli imballaggi e dalla differenziata. Rispetto all'anno precedente, tenendo sempre in considerazione la quantità di materiale lavorato all'interno dello stabilimento, siamo riusciti a ottenere una riduzione del 12% e del 21% rispettivamente per oli e grassi e materiali assorbenti.

ANALISI EMISSIONI DI GHG (CO₂ EQ.)



Abbiamo a cuore il nostro pianeta, e siamo convinti che sia il momento di agire in modo determinato per ricondurre e limitare l'innalzamento della temperatura media del pianeta entro 1,5 °C a fine secolo. Per fare questo, è necessario ridurre drasticamente e rapidamente le emissioni di CO₂, metano e altri gas serra, e raggiungere emissioni nette di CO₂ pari a zero entro metà secolo. Riteniamo quindi necessario **fornire il nostro contributo in termini di riduzione di emissione di Greenhouse Gases (GHG)** e, come primo step, abbiamo deciso di quantificarli al fine di comprendere il nostro impatto e identificare gli *hotspot* sui quali intervenire efficacemente.

Questa analisi è basata sulla normativa standard ISO 14064 con lo scopo di definire la nostra *Carbon Footprint di Organizzazione* relativamente al periodo

luglio 2020-giugno 2021.

Sono state prese in esame le seguenti emissioni.

Emissioni dirette

- ▶ Emissioni dalla combustione di metano
- ▶ Emissioni dalla combustione di gasolio per le attività in stabilimento (es. idropultrici)
- ▶ Emissioni da veicoli a gasolio
- ▶ Emissioni da veicoli a benzina
- ▶ Emissioni da veicoli a metano
- ▶ Emissioni F-Gas

Emissioni indirette

- ▶ Fornitura di energia elettrica
- ▶ Fornitura metano per lo stabilimento
- ▶ Fornitura gasolio per lo stabilimento
- ▶ Fornitura gasolio per i veicoli aziendali
- ▶ Fornitura benzina per i veicoli aziendali
- ▶ Fornitura metano per i veicoli aziendali

Altre emissioni indirette

- ▶ Fornitura di acqua di rete

La seguente tabella riporta le emissioni di GHG in termini di tonnellate di anidride carbonica equivalente (t CO₂ eq.), evidenziando che le attività dello stabilimento hanno emesso circa 1138 t CO₂ eq. nel periodo di riferimento (luglio 2020-giugno 2021) con un indice di 62,5 g CO₂ eq. per kg di prodotto lavorato.

Di questi, l'energia termica necessaria per lo stabilimento rappresenta l'aspetto con il maggior impatto: 46% dalle emissioni della combustione di metano e 15% per l'approvvigionamento del combustibile stesso (per un totale del 61%).

Questa analisi rappresenta per noi il **punto di partenza** sul quale basarci, con l'obiettivo di monitorare costantemente il nostro impatto ambientale al fine di ridurre il più possibile le nostre emissioni.

Tipologia di emissione		Quantità (t CO ₂ eq.)	Contributo relativo
Emissioni dirette	Emissioni della combustione di metano	521	46%
	Emissioni della combustione di gasolio per le attività in stabilimento (es. idropultrici)	11	1%
	Emissioni da veicoli a gasolio	292	26%
	Emissioni da veicoli a benzina	19	2%
	Emissioni da veicoli a metano	4	0,4%
	Emissioni F-Gas	8	1%
Emissioni indirette	Fornitura di energia elettrica	52	5%
	Fornitura metano per lo stabilimento	176	15%
	Fornitura gasolio per lo stabilimento	2	0,2%
	Fornitura gasolio per i veicoli aziendali	46	4%
	Fornitura benzina per i veicoli aziendali	5	0,4%
	Fornitura metano per i veicoli aziendali	1	0,1%
Altre emissioni	Fornitura di acqua di rete	1	0,1%
Totale		1138	100%

CONFERIMENTO SOTTOPIRODOTTO A IMPIANTO DI PRODUZIONE DI BIOGAS



Il sottoprodotto generato dalle nostre linee produttive è materiale organico composto principalmente da gusci e scarti di frutta secca e prodotti non conformi.

Mentre in passato questo materiale veniva smaltito all'interno degli imballaggi in materiale misto (CER 150106), con l'**attuazione della raccolta separata** di questo sottoprodotto (iniziata nei primi mesi del 2019) oggi è possibile separarlo dall'imballaggio misto.

Il **vantaggio** di questo processo è duplice: da un lato abbiamo ridotto il peso del rifiuto CER 150106, ottenendo così un miglioramento sia dal punto di vista ambientale che economico, considerato che minor rifiuto da smaltire significa minor costi di smaltimento. Dall'altro ci ha permesso di dare un **supporto alla produzione di energia green**; questo materiale, infatti, viene conferito ad un impianto di digestione anaerobica con lo scopo di produrre biogas.

- ▶ Luglio 2019-giugno 2020: 167.106 kg
- ▶ Luglio 2020-giugno 2021: 239.129 kg

La produzione di questo sottoprodotto è aumentata del **43%** mettendo in luce un **miglioramento nella raccolta separata** di questo materiale.

NOLEGGIO DEI PALLET CHEP PER RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE



Ogni anno movimentiamo in uscita circa 150mila pallet verso tutti i nostri clienti: fino a dicembre del 2020 abbiamo gestito pallet Epal di nostra proprietà, che richiedevano viaggi specifici – anche di lunga durata – per essere recuperati dai clienti e riportati in Azienda.

In un'ottica di sostenibilità ed efficienza

della nostra catena di distribuzione, da gennaio 2021 abbiamo iniziato a collaborare con CHEP, un fornitore globale di soluzioni di supply chain per i settori dei beni di consumo, prodotti freschi, bevande, produzione e distribuzione in oltre 60 Paesi.

CHEP noleggia i suoi pallet con l'obiettivo di ridurre la complessità di gestione dei pallet e l'impatto ambientale dovuto ai viaggi necessari al recupero degli stessi. Il modello di business è circolare sia dal punto di vista delle risorse materiali che da quello commerciale: il legno che compone i bancali CHEP, infatti, deriva da foreste gestite responsabilmente, dove la programmazione razionale dei tagli boschivi coniuga esigenze produttive e rispetto delle dinamiche naturali.

Il legno viene usato per la produzione e per la riparazione dei pallet durante il loro ciclo di vita.

Al termine di questo ciclo, il legno viene riciclato (ad esempio come combustibile in centrali termoelettriche); la produzione dei rifiuti viene quindi minimizzata perché il legno diventa una risorsa.

Dal punto di vista commerciale, la circolarità è garantita dal modello *share & reuse*: il pallet lascia il Centro Servizi, viene utilizzato e rientra per essere ispezionato e riparato prima di ripartire. **La condivisione e il riutilizzo dei prodotti contribuiscono perciò alla loro sostenibilità.**



Nei prossimi anni ci poniamo l'obiettivo di incrementare ulteriormente il numero di pallet CHEP utilizzati a discapito di quelli di nostra proprietà, sia aumentando il numero di clienti coinvolti nel progetto, sia utilizzando pallet CHEP di dimensioni più piccole per tutti i nostri espositori per i quali - ad oggi - utilizziamo pallet di legno non riutilizzabili. Il nostro obiettivo è arrivare a spedire, in un anno, il 93% di CHEP pallet sul totale pallet movimentati.

Il **certificato di sostenibilità** che ci ha rilasciato CHEP ci permette di quantificare il legno risparmiato, la riduzione delle emissioni di CO₂ e di rifiuti prodotti rispetto all'interscambio. I dati derivano da uno studio condotto dall'azienda belga RDC Environment, che attraverso un'analisi del ciclo di vita dei pallet CHEP (LCA, Life Cycle Assessment) ha quantificato i benefici rispetto all'interscambio.



PARTECIPAZIONE AL PROGETTO CONAD TMS PER RENDERE LA CATENA DI FORNITURA PIÙ SOSTENIBILE



Dal febbraio del 2021 abbiamo aderito al progetto di trasporto "franco fabbrica" di Conad TMS, che prevede che le spedizioni dei fornitori verso tutti i magazzini dell'ingrosso siano gestite direttamente da Conad Logistics Srl, con l'obiettivo di **ottimizzare i flussi di merce** e di conseguenza il dispendio energetico, con una notevole riduzione delle emissioni di CO₂.

Il progetto altamente innovativo in Italia mira, infatti, all'adozione di un sistema logistico sempre più sostenibile per l'ambiente, pur mantenendo i massimi standard di qualità del servizio, anche grazie alla selezione di trasportatori che favoriscono l'utilizzo di mezzi a minore impatto ambientale.

Questo modello di gestione dei trasporti permette inoltre di avere un controllo diretto della saturazione degli automezzi, riducendo così drasticamente il numero di tratte di trasporto e permettendo anche un'ottimizzazione del trasporto secondario.

Stiamo perciò collaborando con Conad Logistics affinché - raggruppando il più possibile gli ordini delle diverse cooperative - si possa ridurre il numero di tratte, attraverso l'utilizzo di automezzi quasi sempre a pieno carico, rendendo l'intera catena di fornitura ancor più sostenibile.

COLLABORAZIONE CON CORRIERI ATTENTI ALL'IMPATTO AMBIENTALE DELLE SPEDIZIONI: INTRODUZIONE DEL CORRIERE ESPRESSO UPS



Per le spedizioni all'estero di campionature e, in futuro, delle spedizioni del canale e-commerce, abbiamo introdotto da inizio 2021 il corriere **UPS**, avvalendoci del loro **servizio Carbon Neutral**, che consente di **compensare l'impatto ambientale** derivante dal trasporto delle spedizioni, aggiungendo al costo di spedizione un rimborso per neutralizzare le emissioni di anidride carbonica. L'opzione **Carbon Neutral** di UPS sostiene infatti i progetti di sostenibilità ambientale che compensano le emissioni del trasporto derivanti dalla spedizione.

I consumatori sono sempre più attenti nel compiere scelte sostenibili d'acquisto, soprattutto per quanto riguarda gli acquisti online. Questa fase di test con UPS è solo il primo passo verso una selezione sempre più mirata di corrieri (anche per il nostro e-commerce tedesco *Naturally*) che possano garantire standard qualitativi e ambientali in linea con i nostri valori.

DALLE BORRACCHE AL CAFFÈ: ACCORGIMENTI PER LA TUTELA AMBIENTALE



Come anticipato nel capitolo relativo alla prima radice della nostra Mission, in Euro Company ognuno di noi è dotato di **una borraccia in acciaio personalizzata** e può disporre liberamente di **macchinette del caffè che ne macinano direttamente i chicchi**: tramite questi due accorgimenti pratici, ogni giorno contribuiamo a ridurre l'utilizzo di bottiglie in plastica e di cialde da caffè.

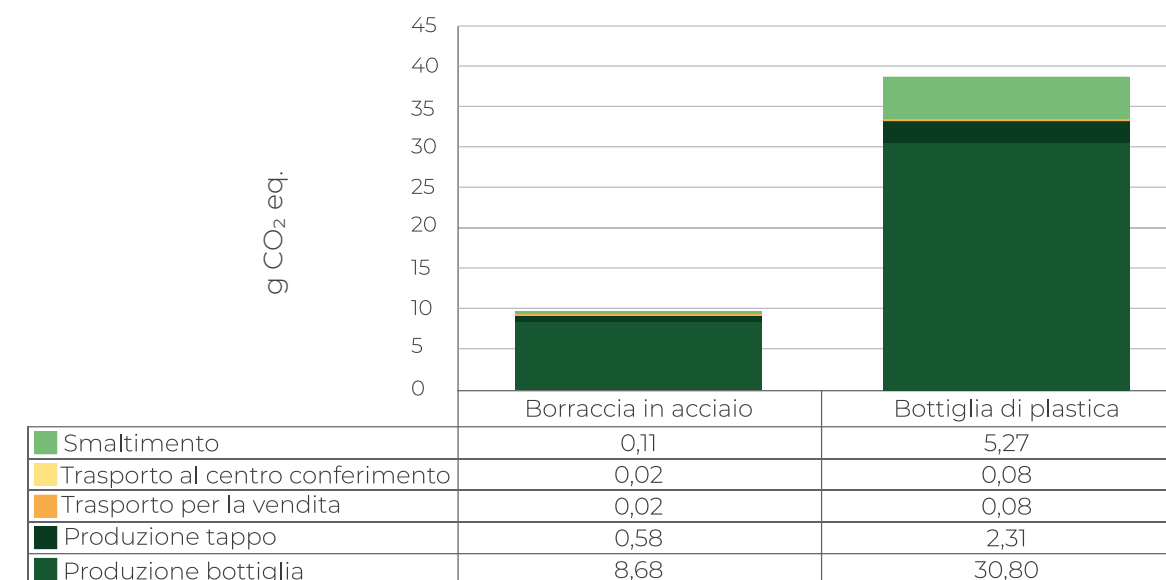
Grazie all'introduzione delle borracce e degli erogatori per la fornitura di acqua abbiamo **risparmiato** quest'anno ben **77.000 bottiglie di plastica** (pari a 2.310 kg di plastica)! Questo ha permesso di ridurre l'impatto ambientale in termini di consumo di risorse - evitando la produzione di prodotti in plastica - e in termini di smaltimento di rifiuti. Inoltre, l'utilizzo della borraccia permette una riduzione delle emissioni di GHG (*Greenhouse Gases*) legate al fatto che quest'ultima ha un ciclo di vita molto più lungo grazie al suo riutilizzo rispetto alla tradizionale bottiglia di plastica.

Mediante la metodologia LCA (ISO 14040-14044) sono state stimate le emissioni di CO₂ eq. legate al ciclo di vita di una borraccia rispetto alla convenzionale bottiglia di plastica. Sono state considerate le seguenti **fasi del ciclo di vita** per entrambi i prodotti: produzione bottiglia, produzione tappo, trasporto e smaltimento.

L'analisi ha evidenziato che utilizzando 100 volte (dato fissato come riferimento) una borraccia da 0,5 litri sarebbero state utilizzate 100 bottigliette di plastica da 0,5 litri. La figura mostra le emissioni di CO₂ eq. relativa a questa comparazione: per una borraccia in acciaio sono stati emessi 0,942 kg CO₂ eq., mentre per 100 bottiglie di plastica sono stati emessi 3,85 kg CO₂ eq., per

cui con la borraccia si ha una riduzione del 76% delle emissioni rispetto alla controparte in plastica. L'utilizzo di una borraccia per 100 volte è inoltre un numero sottostimato, perché di fatto è possibile riutilizzarla "infinite volte" riducendo ulteriormente le emissioni di GHG.

Comparazione tra 1 borraccia utilizzata 100 volte e 100 bottigliette di plastica



Per quanto riguarda l'utilizzo in Azienda di **macchine da caffè** che prevedono la macinazione dei chicchi, quest'anno abbiamo **risparmiato ben 154.000 capsule, ovvero 385 kg di plastica**.

LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE: UN PROGETTO DEDICATO



Lo **spreco di cibo** è un problema etico e sociale e soprattutto una tra le prime cause di inquinamento nel mondo. Perché sprecare cibo vuol dire anche consumare energia per produrre alimenti che non verranno mai consumati. Vogliamo dare il nostro contributo per fermare questo spreco di risorse e abbiamo deciso di farlo sviluppando un progetto che segue la regola delle 3R dell'**economia circolare**: Riduco, Riutilizzo, Riciclo. Grazie all'aiuto di un piccolo produttore romagnolo abbiamo dato nuova forma alle nostre materie prime, qualitativamente straordinarie - che altrimenti le logiche del mercato avrebbero scartato - e abbiamo dato vita alle nostre conserve **Rifrutta**, un progetto non commerciale

che abbraccia i più alti valori di sostenibilità e responsabilità ambientale, agendo concretamente contro gli sprechi di risorse.

Consci dell'importanza di condividere il nostro impegno contro lo spreco alimentare, abbiamo destinato una parte della produzione del progetto ai nostri dipendenti. La restante sarà donata all'ente Banco Alimentare, realtà solidale radicata del nostro territorio, con il quale condividiamo valori e obiettivi a beneficio della comunità e del pianeta.





Salvaguardia del pianeta

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



AUMENTO PALLET CHEP UTILIZZATI

Nei prossimi anni ci poniamo l'obiettivo di aumentare il numero di pallet CHEP utilizzati a discapito di pallet di nostra proprietà; al momento utilizziamo circa 120.000 pallet CHEP all'anno e prevediamo un aumento di circa 5.000 unità, coinvolgendo nel progetto un maggior numero di clienti. Un altro obiettivo ci porterà a utilizzare i pallet CHEP di dimensioni più piccole (60x40 cm) per sostituire i pallet da espositore che attualmente vengono posizionati sotto tutti gli espositori che vendiamo. A oggi per gli espositori utilizziamo pallet di legno non riutilizzabili (circa 10.000 pallet all'anno).



COSTRUZIONE POZZO CON SISTEMA DI PURIFICAZIONE DELLE ACQUE

È obiettivo dei prossimi anni la costruzione di un pozzo, in fase di attuale progettazione, che permetta di attingere dalla profondità delle falde acquifere diminuendo sensibilmente l'utilizzo delle acque dall'acquedotto ad uso industriale.

Il pozzo sarà dotato di sistema di purificazione delle acque per il loro possibile riutilizzo. Questo progetto nasce dalla volontà di utilizzare in modo consapevole le risorse del nostro suolo.



IMPIANTO FOTOVOLTAICO E DI COGENERAZIONE

L'ultimazione dell'impianto fotovoltaico nel nostro nuovo stabilimento contribuirà ad aumentare l'efficiamento energetico insieme alla costruzione dell'impianto di cogenerazione che permetterà la produzione di energia attraverso l'utilizzo del calore.



IMBALLI SECONDARI RIUTILIZZABILI

Nel prossimo periodo studieremo un **imballo secondario riutilizzabile** per i prodotti disponibili sull'e-commerce *Frutta e Bacche*, con l'obiettivo di **promuovere una cultura del riuso nella nostra community**, riducendo così l'impatto ambientale prodotto dalla nostra Rete e - non da meno - rendendola ancora più consapevole.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso l'Ambiente**, contribuiamo al raggiungimento di **8** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE **RADICE #04:**

Crediamo nelle relazioni durature con i nostri fornitori, unica via per garantire loro un'esistenza dignitosa, assicurando al tempo stesso il miglior prodotto possibile ai nostri consumatori.

I rapporti con i fornitori e la strategia di filiera di Euro Company sono sintetizzati dalla quarta radice della Mission aziendale, riassumibile con due concetti: relazioni dirette e durature organizzate in funzione di un unico obiettivo, la **qualità del prodotto**.

Se la Mission definisce la linea guida, i Quattro Pilastri della **Qualità Etica** ne dispongono l'operatività, individuando quelle che sono le clausole di fornitura con cui Euro Company sostiene la produzione di frutti dall'eccellenza organolettica e dal prezioso sapore.



ETICA È CIÒ IN CUI CREDIAMO E COME OGNI GIORNO DECIDIAMO DI AGIRE. QUALITÀ ETICA PER NOI È QUESTO: RELAZIONI EQUE CON I NOSTRI FORNITORI, LONTANI DALLA LOGICA DEL PREZZO PIÙ BASSO, CERCANDO DI OFFRIRE AI NOSTRI CONSUMATORI IL PRODOTTO MIGLIORE E PIÙ NATURALE POSSIBILE.

I Quattro Pilastri:

- ▶ Rapporto diretto con i produttori
- ▶ Remunerazione equa
- ▶ Relazioni di fornitura a lungo termine
- ▶ Supporto alla comunità di produzione

Questa strategia permette la massima valorizzazione del prodotto, della vita di chi lo coltiva e del suolo che lo nutre. Ci sono infatti fondamentali obiettivi non commerciali dietro questa Mission, in primis **assicurare all'agricoltore la possibilità di curare quanto di più prezioso abbiamo: il suolo.**

Se fino ad ora il suolo era un elemento da coltivare, oggi è da tutelare e migliorare, considerando tutti gli aspetti che lo rendono fondamentale per la sopravvivenza dell'uomo. E l'agricoltore è la persona più competente a questo scopo.

Compito dell'industria alimentare è metterlo nelle condizioni di svolgere al meglio questo compito.

Il valore dell'agricoltore è indiscutibile per quanto riguarda la custodia del suolo, lo sviluppo e l'applicazione di tecniche agricole che alla tutela della piantagione affiancano il corretto e indispensabile nutrimento dell'humus e dei più superficiali strati di terreno. Un agricoltore più ingegnere e medico, capace non solo di conservare ma anche di migliorare il suolo. Un percorso arduo da sostenere da soli, che richiede condivisione delle ricerche e dell'operatività.

Il compito dell'agricoltore è dunque legato al nutrimento del suolo, alla conservazione della sostanza organica e dei cicli di vita che lo animano e generano. Il problema è planetario e non mancano le linee guida con cui la FAO inquadra la questione e le relative soluzioni.

I Quattro Pilastri della Qualità Etica vantano questo effetto collaterale: **la qualità di prodotto ricercata è qualità della vita per tutto l'ambiente, che si traduce in garanzia del miglior prodotto possibile per il consumatore finale.**



RAPPORTO DIRETTO



Instaurare rapporti diretti con i produttori significa eliminare intermediazioni e dispersione di risorse dalla filiera e dal suo luogo di origine. Significa altresì responsabilizzare in maniera diretta sui nostri valori di etica e sostenibilità. In queste relazioni è più efficace l'opera di controllo e tracciabilità del prodotto.

Dal 2020, l'inserimento in organico della figura di un agronomo esperto in progettazione integrata di filiera ha permesso di suggellare il rapporto fra l'Azienda e il mondo agricolo, mettendo a disposizione dei fornitori un interlocutore tecnicamente affine alle dinamiche che contraddistinguono il settore.

Obiettivo: conservare il valore della filiera nel suo territorio di origine, senza passare da intermediari.

REMUNERAZIONE EQUA DEI PRODUTTORI



Corrispondere un prezzo più alto rispetto a quello di mercato, indipendente dalle oscillazioni di mercato, vuol dire remunerare equamente l'indispensabile lavoro svolto dall'agricoltore: responsabile della qualità del frutto e custode del suolo.

Pregio di questa strategia è la capacità di valorizzare varietà altrimenti ridotte ai margini del mercato, soprattutto a causa di una resa per ettaro molto bassa. È il caso, ad esempio, della noce di Sorrento Caruso, una cultivar che gli agricoltori del luogo stavano progressivamente abbandonando in favore di varietà di noci più remunerative. Il Protocollo di Qualità Etica ci ha permesso di valorizzare un'antica eccellenza del territorio campano e al tempo stesso di garantire la biodiversità del suolo.

Obiettivo: assicurare qualità della vita a chi lavora la terra, garantendo la copertura dei costi di produzione e il giusto profitto.



RELAZIONE DI FORNITURA A LUNGO TERMINE



Sigliamo accordi con i nostri fornitori di almeno 3 anni. La durata dei contratti di fornitura garantisce

la copertura degli investimenti di lungo periodo e mette al riparo dalle oscillazioni di mercato. Aumenta così il vantaggio reciproco di produttore e distributore.

Ad esempio, nell'ottobre del 2020 abbiamo firmato un accordo quinquennale con l'Organizzazione Produttori La Diamantina, una realtà di 6 produttori agricoli della zona del ferrarese, con la quale collaboriamo per la fornitura delle nostre noci in guscio biologiche.

Obiettivo: mettere il coltivatore nelle condizioni di occuparsi esclusivamente della qualità del prodotto, costruendo relazioni

basate sulla fiducia e la serenità reciproca.

SUPPORTO ALLA COMUNITÀ DI PRODUTTORI



Il coinvolgimento dei produttori passa attraverso programmi incentrati sull'aumento della produttività e della qualità, mettendo in completa condivisione attrezzature, competenze e ricerche, frutto di oltre quarant'anni di esperienza sul mercato della frutta secca ed essiccata.

Ad esempio, abbiamo ceduto, a titolo di comodato d'uso gratuito, alcuni macchinari al fine di favorire e migliorare la produttività di due aziende locali di materie prime. Obiettivo: aumentare l'efficienza e la remuneratività del lavoro.

SOSTEGNO AI FORNITORI E PROMOZIONE DI PROGETTI LOCALI

Una conseguenza tangibile della nostra Qualità Etica è quella di avere un impatto diretto e positivo sull'intera filiera, che si concretizza in modalità sempre differenti. Il sostegno ai fornitori e i rapporti di lunga durata, ad esempio, permettono ai fornitori stessi di investire in progetti di miglioramento per l'intera comunità e diventare per essa un elemento portante e forza propulsiva.

È il caso di HPW Fresh & Dry LTD, un partner all'avanguardia, che ogni giorno, in Ghana, si impegna per migliorare le condizioni di vita e di lavoro dei circa 1.000 dipendenti impiegati nello stabilimento produttivo.

HPW ha un grande peso sull'economia del territorio: nel 2011 ha costruito il più grande impianto di produzione di frutta essiccata nell'Africa occidentale contribuendo non solo alla creazione di posti di lavoro, ma anche al sostegno dei produttori locali e alla promozione e finanziamento di progetti come la costruzione di pozzi, scuole, mense e strutture a disposizione dei lavoratori, fra cui un asilo dove le dipendenti possono lasciare i figli in orario di lavoro.

Ogni lavoratore può usufruire ogni giorno di 2 pasti, trasporto da e per lo stabilimento e assicurazione sanitaria offerti dall'azienda. Gli stabilimenti produttivi impiegano prevalentemente fonti energetiche rinnovabili, infatti oltre all'impiego di energia solare, l'azienda dispone di un impianto di biogas, in cui vengono bruciati rifiuti organici e scarti di produzione per generare elettricità e calore per il funzionamento dell'impianto.

Questi sono solo alcuni dei progetti che HPW realizza per i suoi dipendenti e che hanno un impatto straordinario sulla comunità locale.

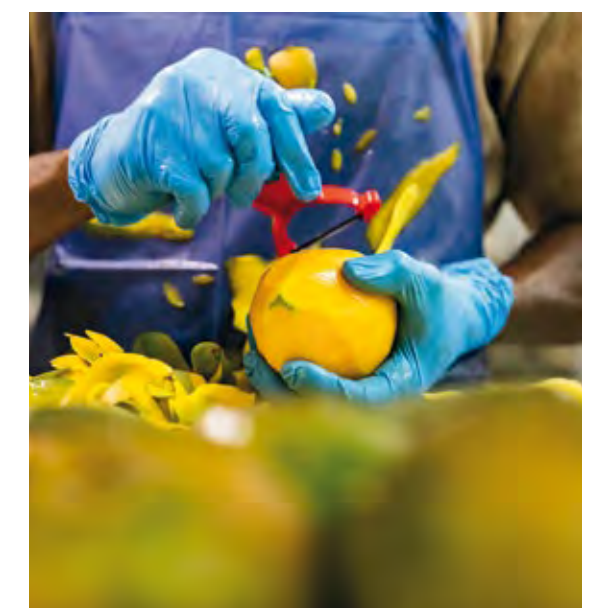
CODICE ETICO FORNITORI

Tutti i nostri fornitori sottoscrivono il nostro "Codice di condotta", che include principi etici legati alla gestione dei lavoratori, alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro e a tematiche ambientali.

Sottoscrivendo il nostro codice, il fornitore dichiara che:

<<La società si conformerà alla Dichiarazione universale dei diritti umani, alla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia, alla Convenzione internazionale sui diritti civili e politici, alle convenzioni e raccomandazioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), alle Direttive CEE, alle leggi nazionali sul lavoro e agli standard prevalenti o altri requisiti a cui l'azienda aderisce.>>

Il codice è composto da 10 punti che il fornitore sottoscrive integralmente. I punti toccano diverse tematiche, tra cui l'inclusione di politiche di uguaglianza di genere, la tolleranza zero al lavoro minorile, il rispetto del suolo e dell'ambiente, la garanzia di un salario adeguato ai propri collaboratori e la condivisione del Codice etico di condotta con i propri fornitori.





Relazione etica con i fornitori

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



UN PERCORSO CONDIVISO

Nel prossimo triennio continueremo a esplorare e valutare nuovi partner con cui condividere il nostro percorso di Qualità Etica e costruire assieme una filiera della frutta secca ed essiccata trasparente e tracciabile, a beneficio di tutti.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso i Fornitori**, contribuiamo al raggiungimento di **4** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE
RADICE #05:

Sosteniamo il mercato italiano e il nostro territorio, prediligendo fornitori locali ogni volta che ciò è possibile.

Sostenere il mercato italiano e il nostro territorio significa promuoverne i prodotti, tutelarne il suolo e mettere questa strategia alternativa in condizione di essere sostenibile e di portare benefici per la comunità per il maggior tempo possibile.

Esigenza primaria è accorciare la filiera, ridurre gli intermediari e investire questo risparmio di tempo e di economie nella massima tutela del frutto, della pianta e della coltivazione.

Una filiera corta, difatti, rende più facile l'equa remunerazione, la tracciabilità e la condivisione di competenze. Una filiera corta, ad esempio, è lo strumento ideale per cavalcare il rilancio della frutta in guscio, con una produzione italiana non sempre in grado di soddisfare la crescente domanda interna. Alla luce di questo scenario e delle nuove conoscenze disponibili, aggiornare la propria strategia è doveroso soprattutto quando si è certi del **risultato etico** e commerciale.

Il nostro sostenere il mercato italiano si traduce in contratti di fornitura che partono dall'analisi di scenario, in cui vengono evidenziate le criticità affrontate, le azioni necessarie e i risultati attesi.

Punto comune di quasi tutto il comparto della coltivazione della frutta secca a guscio è l'aumento della domanda dei consumi e la risposta non sempre abbondante che l'attuale produzione italiana fornisce al mercato interno. Ne deriva una strategia che, partendo da un accordo di filiera di almeno 3 anni, si focalizza nel risolvere quelle criticità individuate nella scarsa innovazione, mettendo il coltivatore nelle condizioni di operare in questa direzione, concentrandosi esclusivamente sulla qualità del prodotto.

Per rendere sostenibile questo **approccio integralmente votato alla qualità del prodotto**, la durata del contratto e la strategia della filiera corta sono elementi chiave.

I presupposti di filiera corta rendono più facile il raggiungimento di un prezzo adeguato, poiché i produttori sono prossimi al distributore, permettendo al consumatore di **ottenere un prodotto migliore a un prezzo migliore e al produttore di ricevere la giusta retribuzione per il lavoro impiegato**.

Eliminando gli intermediari dalla catena del cibo, il ruolo del protagonista torna in capo al produttore, diventa immediata la tracciabilità/rintracciabilità e il valore della produ-

zione ricade solo sul territorio di origine. Da questi presupposti parte quindi la valorizzazione del prodotto frutta secca e di chi la coltiva. Da qui si organizzano i compiti con cui le parti (produttore e distributore) proseguiranno nel percorso comune.

Compiti del produttore:

- ▶ Coltivazione e raccolta
- ▶ Pulitura, selezione, essiccazione e altre attività utili a seconda della tipologia della materia prima
- ▶ Consegna della materia prima secondo le caratteristiche individuate.

Compiti del distributore:

- ▶ Controllo organolettico, chimico-fisico, merceologico, microbiologico della materia prima
- ▶ Analisi e studio delle potenzialità di mercato del prodotto
- ▶ Studio e definizione dei materiali più idonei al confezionamento
- ▶ Definizione del packaging più idoneo e a minore impatto ambientale
- ▶ Cura e realizzazione di un piano di Marketing dedicato
- ▶ Logistica commerciale e distribuzione nei mercati.

Sotto il coordinamento di Euro Company, i risultati attesi sono la **piena remunerazione di un prodotto di qualità, una miglior vita personale e lavorativa intorno alla produzione e un aumento occupazionale**.

L'organizzazione di un sistema a filiera è infatti una strategia che dà ai produttori un ruolo attivo perché si concentra sulla produzione locale riducendo al minimo gli intermediari nella catena del cibo; un sistema virtuoso che permette alle piccole imprese di creare filiere indipendenti, tagliando alcuni dei passaggi intermedi tra produttori e consumatori, valorizzando così il territorio di origine della materia prima e creando una nuova relazione tra il mondo agricolo e quello urbano.



CURA DELLA FILIERA PRODUTTIVA



Lavoriamo ogni giorno per costruire filiere sempre più trasparenti e tracciabili, lungo tutte le fasi della catena di fornitura.

Per far ciò, è indispensabile costruire solide collaborazioni, garantendo rapporti di valore e curando la filiera produttiva al meglio.

Per questo, già dallo scorso anno all'interno dell'Ufficio Acquisti Materie Prime, abbiamo introdotto in Azienda la figura del **Responsabile Relazioni Fornitori**, figura che ha il compito di interfacciarsi costantemente con i fornitori, effettuando analisi, sottoponendo loro questionari inerenti a origine e qualità della materia prima e analizzare i contratti di acquisto, con l'obiettivo di renderli coerenti sia con i disciplinari e i piani di controllo qualità previsti per legge, che con i nostri disciplinari interni.

MARCHI PER LA TUTELA DELLA FILIERA



Continuiamo a portare sulle tavole dei consumatori **prodotti che rappresentano concretamente il nostro impegno nei confronti della filiera produttiva**: nuovi marchi che sono perfettamente in linea con il nostro **Protocollo di Qualità Etica**.

Nell'ultimo anno abbiamo dato vita a una collaborazione con le 6 aziende agricole che compongono la OP La Diamantina per il progetto Noci Biologiche italiane. I terreni della OP, adagiati a cavallo tra il Veneto e l'Emilia-Romagna, si estendono nell'area

del Delta del Po, proprio dove il fiume, ramificandosi, sfocia nel Mare Adriatico. È questa l'area adibita alla nocicoltura specializzata biologica, coltivata attraverso innovative tecniche di agricoltura di precisione. Nasce qui la nostra deliziosa Chandler italiana biologica, dal guscio sottile e dal sapore delicato, sempre gustosa come appena raccolta.





ETRUSCA:
LA PRIMA NOCCIOLA DELLA
TUSCIA TOSTATA E PELATA A
REGOLA D'ARTE

Una storia che inizia in un luogo straordinario, per tradizione, terreno e vocazione: la Toscana. È qui che si coltiva questo frutto prezioso, fragrante e dal sapore irresistibile. Un vero dono della natura. Ha solo un difetto, ci dicevano: è impossibile da pelare. Il nostro sogno era dimostrare il contrario e ci siamo messi al lavoro. Tutta la nostra energia, le nostre conoscenze e tecnologie, per un unico obiettivo:

la pelatura perfetta, in una nocciola della Toscana. Da soli, però, non ci siamo riusciti. Poi l'incontro speciale con il partner giusto, quello con cui condividere la stessa visione, la stessa passione negli occhi. Etrusca è nata così, come le migliori amicizie. Abbiamo messo in comune conoscenze, risorse, entusiasmo: ne è nata una lavorazione del prodotto rivoluzionaria, mai vista, che permette di pelare questa pregiata varietà esattamente come volevamo. Oggi condividiamo con i nostri consumatori il frutto del nostro sogno: volevamo la perfezione e l'abbiamo ottenuta.

La filiera del nocciolo, negli ultimi due anni, ha visto una grande crescita sul territorio italiano e riteniamo fondamentale monitorare costantemente il rispetto della biodiversità da parte dei produttori di nocciole. La nostra organizzazione di produttori di riferimento per la nocciola, OP Euronocciola, partecipa al progetto di ricerca applicata *Definizione di un modello di gestione del nocciolo maggiormente ecocompatibile con il territorio e con l'ambiente relativamente alle difese dai principali insetti fitofagi ed alle avversità fungine e batteriche nonché per la*

gestione agronomica con riferimento alla corilicoltura laziale e campana, condotto da Italia Ortofrutta e affidato all'Università della Toscana di Viterbo - Dipartimento DAFNE e che vede la partecipazione di 6 Organizzazioni dei Produttori aderenti all'Unione Nazionale (Agrinola, Co.Pro.N.T., C.P.N., Ecolazio, Euronocciola e Tonda di Giffoni). Nel prossimo anno sosterranno quindi i nostri fornitori in questa ricerca volta a tutelare l'ambiente e la sua comunità.



CARUSO: L'ANTICA NOCE DI SORRENTO

Un golfo incantevole, magico. Scorci mozzafiato e profumi intensi: parliamo di Sorrento. Da oltre 2.000 anni le sue noci sono un frutto prezioso e ricercato. Un sapore forte e deciso. Il colore talmente intenso che i vecchi del luogo lo definivano "Mantello del Monaco". Poi il declino, perché gli agricoltori della zona avevano deciso: via le Sorrento e spazio ad altre coltivazioni più facili, più economiche, meno bisognose di cura e amore. Il destino di questa noce

straordinaria sembrava segnato. Poi l'incontro con il partner perfetto, con cui condividere la nostra Qualità Etica. Nessun intermediario, accordi di lungo periodo e un giusto reddito stabilito assieme. E la condivisione di conoscenze e risorse, con un unico obiettivo: ridare valore a un'eccellenza italiana.

Così nasce Caruso: la noce dal gusto intenso, squisita e già sgusciata. Finalmente, per tutti, questo frutto prezioso e straordinario.

Per recuperare i gherigli scartati durante la lavorazione, stiamo valutando la possibilità di sviluppare un prodotto cosmetico derivante dall'olio delle noci di Sorrento. Siamo partiti con il Dipartimento di Farmacia dell'Università Federico II di Napoli per valutare le potenzialità di un olio che derivi da questa pregiata noce e che possa diventare prodotto cosmetico sia per il viso che per i capelli. Questo ci permetterebbe di dare nuova vita a una materia prima che - a causa della lavorazione di questa noce - andrebbe scartata. Per informare e coinvolgere gli agricoltori,

nell'autunno del 2019 abbiamo dato vita al *Giornale della nocicoltura*. In uscita ogni 3 mesi, questa rivista è uno strumento fondamentale per raccontare le novità su coltivazioni e mercato della noce attraverso il contributo di professionisti e accademici dell'ambito ortofrutticolo e dell'industria alimentare. Questo progetto ha fatto da apripista per il *Giornale della coricoltura* e il *Giornale della mandorlicoltura* di prossima uscita.



BIANCANOCE:
LA NOCE ITALIANA
DAL GHERIGLIO BIANCO

Valorizzare i frutti della nostra terra, che nascono dalla passione profonda dei nostri agricoltori, vuol dire raccontare luoghi, tradizioni, simboli.

Proprio come le storie che narravano i nostri nonni: storie che viaggiavano nel tempo, che si tramandano da generazioni. Tanti capitoli di un unico grande romanzo, con l'orgoglio di una pagina bianca ancora da scrivere.

Questa è la storia di Biancanoce, e del suo bianco gheriglio: una noce straordinaria, raccolta e selezionata a mano.

Questa è la storia della Chandler italiana dal guscio sottile ed elegante, per custodire un frutto carnoso e delicato, come il più prezioso dei gioielli.

Per continuare a offrire sempre le migliori noci Chandler, nell'ultimo anno abbiamo stretto nuovi rapporti di filiera corta con le aziende agricole Zama Michele, Zama Luigi, Sangiorgi Alessandro e Sangiorgi Andrea che si trovano sul territorio emiliano-romagnolo. Questi contratti ci permetteranno di incrementare i nostri rapporti diretti basati sui valori di etica e fiducia con gli agricoltori, assicurando al consumatore una materia prima di qualità e una filiera trasparente e realmente tracciabile.



DOLCINA: LA MANDORLA ITALIANA

Un frutto delizioso, croccante, cullato dal sole e dal vento; a volte, tuttavia, capita di trovare una mandorla dal gusto amaro e perdere così l'esperienza di gusto.

Una sgradevolezza che rompe l'incanto, per un'incuria nella selezione, o per innesti su mandorli selvatici.

Per evitare che un frutto così prezioso possa lasciare l'amaro in bocca, siamo andati alla ricerca di fornitori in grado di offrirci il miglior prodotto possibile, nonostante

l'incognita della mandorla amara non fosse mai del tutto risolta.

Le mandorle italiane presenteranno sempre questo problema, ci dicevano: fino all'incontro con il partner ideale, quello in grado di coltivare alla perfezione la varietà Tuono, che fiorisce più tardi regalando mandorle grandi, dal sapore pieno, delizioso. Un assaggio e ci siamo innamorati: non serviva pensarci due volte. Una dolcezza naturale senza pari che abbiamo deciso di chiamare Dolcina.

Per continuare ad assicurare ai nostri consumatori le mandorle più buone e provenienti da filiera diretta e trasparente, abbiamo aggiunto una collaborazione con 13 produttori situati nel Lazio che stimano di aumentare - entro il 2025 - i propri impianti di mandorleti passando da un'estensione di circa 200 a 700 ettari.

Nel corso dei prossimi cinque anni sarà nostra cura selezionare la materia prima migliore proveniente da questi impianti di recente nascita e progettare una collaborazione a lungo termine che assicuri loro una tranquillità e una prospettiva di ampio respiro.



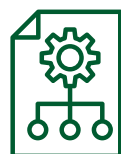
Tutela dell'eccellenza

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



SOTTOSCRIZIONE DI NUOVI ACCORDI DI FILIERA

Nel prossimo triennio vogliamo continuare a sottoscrivere un numero sempre maggiore di accordi di filiera pluriennali con produttori italiani. Questo perché siamo convinti che sia l'unica via per tutelare la dignità dei coltivatori, valorizzare le preziose materie prime che ci regala il nostro territorio e offrire così una materia prima di qualità ai nostri consumatori.



SVILUPPARE PROGETTI CONGIUNTI TRA AGRICOLTORI, INDUSTRIA E DISTRIBUZIONE

Nel prossimo triennio svilupperemo progetti ad hoc assieme ai nostri agricoltori e partner della Grande Distribuzione, per offrire prodotti provenienti da filiere corte, etiche e trasparenti.

L'obiettivo è quello di far accedere la GDO alle nostre filiere virtuose anche tramite la propria marca privata, raggiungendo così un sempre maggior numero di consumatori consapevoli e attenti alle tematiche ambientali e di sostenibilità.



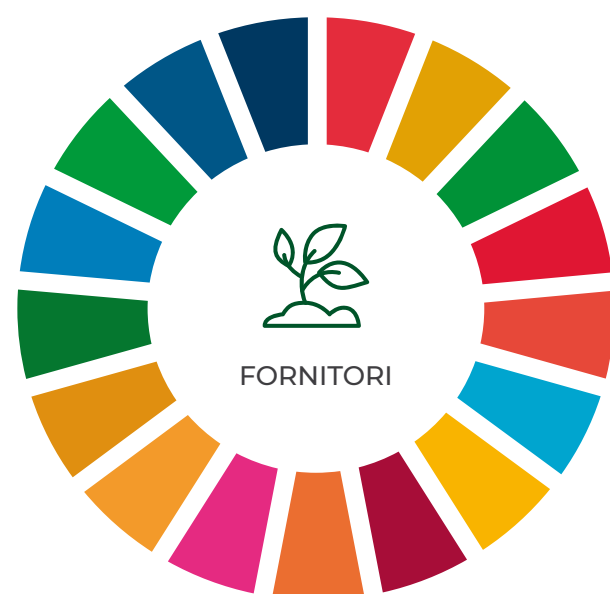
I GIORNALI DELLA CORICOLTURA E MANDORLICOLTURA

Nel prossimo triennio daremo vita al *Giornale della coricoltura* e al *Giornale della mandorlicoltura*, rispettivamente dedicati alla coltivazione della nocciola e della mandorla con l'obiettivo di informare in maniera quanto più dedicata e accurata gli agricoltori.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso i Fornitori**, contribuiamo al raggiungimento di **4** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE **RADICE #06:**

Scegliamo clienti e fornitori che condividano i nostri stessi valori.

Collaborare con **fornitori e clienti che condividano i nostri valori e che rispettino i nostri criteri in termini di qualità, responsabilità sociale ed etica** è indispensabile, per creare sinergie virtuose e raggiungere gli obiettivi che ci poniamo. Negli ultimi anni, questa radice della Mission ci ha portato a scegliere strade dibattute, decidendo di **rinunciare a quote significative di fatturato** e di **interrompere rapporti con clienti e fornitori che si discostavano dal nostro mondo valoriale**, interessati alla logica del prezzo più basso, a discapito dell'etica e di conseguenza della qualità del prodotto per i consumatori.

CONTRO LE ASTE AL RIBASSO



Valorizzare la filiera per noi è parte indissolubile della nostra missione: abbiamo creato il nostro Protocollo di **Qualità Etica** convinti che remunerare in modo equo la filiera agroalimentare sia l'unica via per garantire al consumatore il miglior prodotto possibile.

Abbiamo infatti abbandonato le logiche del sottocosto, del prezzo più basso possibile perché vogliamo garantire un giusto reddito agli agricoltori e al tempo stesso offrire al consumatore il prodotto più buono, sotto ogni punto di vista. Per questo motivo siamo fortemente **contro le aste al ribasso**.

Su questo tema, negli ultimi anni, sono stati fatti passi importanti: nel marzo 2021 c'è stata l'approvazione del testo sulle limitazioni alla vendita sottocosto dei prodotti agricoli e agroalimentari e di divieto delle aste a doppio ribasso per l'acquisto dei medesimi prodotti in Commissione Agricoltura Senato, avvenuta all'unanimità. Nel momento in cui scriviamo, si attende ancora la discussione e l'approvazione del disegno di legge da parte dell'assemblea plenaria del Senato.

Un'asta al ribasso è una richiesta di offerta commerciale in cui viene chiesto a diversi fornitori di formulare, online o comunque simultaneamente, una serie di proposte di prezzo via via sempre più basse. Vince chi, alla fine di una serie di rilanci, ha formulato il prezzo inferiore.

Non partecipiamo alle aste da ormai sei anni, perché le riteniamo causa dello strangolamento di intere filiere agroalimentari: se chi sta a valle, nella catena del valore, decide che bisogna *uscire* a un prezzo sempre più basso, il vero costo lo pagherà qualcun altro, ovvero il coltivatore,

l'anello debole della catena.

Remunerazioni insufficienti, costi che non vengono coperti e poi salari insufficienti, condizioni di manodopera intollerabili.

Per questo scegliamo solo clienti che condividano i nostri stessi valori: perché una cultura in cui conta solo il prezzo, non è una vera cultura.

PIATTAFORMA SEDEX



Le persone e le risorse impiegate per la produzione di beni, nelle filiere di tutto il mondo, stanno diventando sempre più importanti per imprese e consumatori.

Indicare con esattezza dove e come sono realizzati i prodotti che acquistiamo è un'informazione che è indispensabile conoscere.

Per questo abbiamo deciso di investire sul monitoraggio dei nostri fornitori tramite la piattaforma Sedex, nata come strumento per aiutare le imprese a gestire e condividere questo tipo di informazioni, in particolare riguardo ad aspetti etici, allo scopo di realizzare filiere più trasparenti e consapevoli.

Sedex riunisce migliaia di aziende di diverse filiere produttive in 150 Paesi del mondo, e gestisce una delle più grandi piattaforme online per lo **scambio di informazioni in ambito etico tra aziende**, che consente di raccogliere ed elaborare dati sulle catene di fornitura. Utilizzando la piattaforma, in base al tipo di accesso, le aziende possono caricare i propri dati, condividere gli esiti degli audit ricevuti e avere accesso alle informazioni delle proprie aziende fornitrici.

L'esistenza di un unico portale, di un questionario comune (SAQ) e di una metodologia di audit (SMETA) che copre tutti gli aspetti etici, facilita lo scambio di informazioni, evita ripetizioni e fornisce **uno strumento concreto alle aziende aderenti per**

la gestione e la valutazione della propria filiera.

Per sfruttare al meglio le potenzialità di questo strumento abbiamo avviato un processo di coinvolgimento dei nostri fornitori, al fine di averne un maggior numero possibile registrati su Sedex e connessi ad Euro Company: nell'anno 20/21 sono stati circa 40.

Nel corso dell'anno fiscale, inoltre, abbiamo avviato un tirocinio per tesi di una studentessa in Scienze e tecnologie alimentari dell'Università di Bologna. Nel suo percorso all'interno della nostra realtà si è occupata di approfondire Sedex e il suo funzionamento, con particolare focus sugli strumenti utilizzabili dall'Azienda per mappare e valutare i rischi della catena di approvvigionamento, valutandone anche le pratiche sociali mediante le domande del *Self-Assessment Questionnaire* basate su quattro pilastri dell'audit SMETA: standard di lavoro, salute e sicurezza, etica aziendale e ambiente.

CONDIVISIONE DI VALORI: TRASPORTI SOSTENIBILI



Siamo orgogliosi di collaborare con clienti che, come noi, hanno a cuore il rispetto dell'ambiente e dell'ecosistema.

Bama Gruppen AS, il nostro distributore e importatore norvegese, si sta impegnando per sostituire progressivamente i suoi trasporti dalla strada al mare o alla ferrovia. La scelta di viaggiare su rotaia, ad esempio, rappresenta un buon modo per limitare sensibilmente le emissioni di CO₂.

Trasportare su gomma 1 kg di materiale/prodotto per una distanza di 100 km ha un impatto sull'ambiente, in termini di emissioni di CO₂ equivalenti, pari a un range tra 6,5 – 8,2 g CO₂ eq. in base alle caratteristiche del veicolo utilizzato. Trasportare su rotaia lo stesso materiale alle stesse condizio-



ni (1 kg * 100 km) emette circa 0,83 – 1,96 g CO₂ eq. in base alle caratteristiche del veicolo utilizzato. Prediligere il trasporto su rotaia rispetto alla gomma, quindi, permette di ridurre le emissioni di CO₂ eq. del 70-90% rispetto al trasporto su gomma per la stessa distanza percorsa.

Se consideriamo che per raggiungere la Norvegia i nostri prodotti percorrono ogni volta all'incirca oltre 2.100 km, è intuibile il minore impatto ambientale derivante dal prediligere il trasporto ferroviario rispetto a quello su strada.

SCAMBIO DOCUMENTALE EDI



Sono state potenziate le comunicazioni EDI (*Electronic Data Interchange*) con i nostri clienti per automatizzare i processi di inserimento ed emissione dei documenti, incrementando in questo modo rapidità, accuratezza e affidabilità della trasmissione delle informazioni, con la conseguente riduzione dell'utilizzo di carta e relativi costi economici e ambientali.



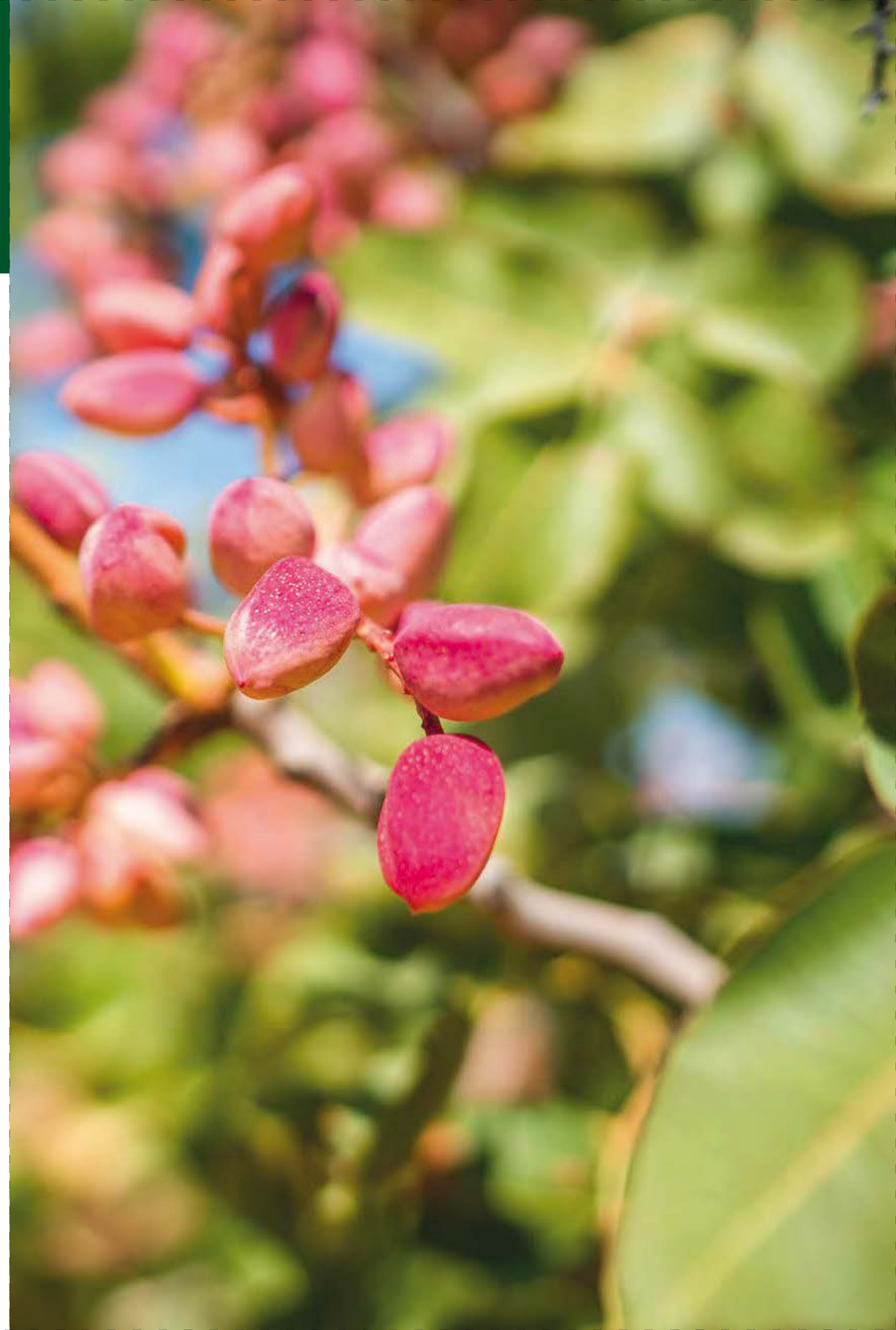
Condivisione dei valori

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



QUESTIONARI ETICI AI FORNITORI

Anche nei prossimi anni, grazie al lavoro congiunto dei Reparti Qualità e Acquisti Materie Prime, continueremo in maniera puntuale a raccogliere dai fornitori reportistica e **analisi di dati etici, sociali, ambientali ed economici**. Ciò ci permetterà di disporre di un quadro complessivo del livello di sostenibilità e coerenza ai nostri valori da parte di ciascun fornitore, e di effettuare scelte con un grado maggiore di consapevolezza.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso Clienti e Consumatori**, contribu-
iamo al raggiungimento di **4** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda
ONU 2030:





LA NOSTRA MISSIONE
RADICE #07:

Stimoliamo un corretto stile di vita attraverso progetti, percorsi ed eventi rivolti alla comunità.

Realizzare progetti, percorsi ed eventi rivolti alla comunità fa parte della nostra Missione, formalizzata anche all'interno del nostro stesso Statuto.

Per questo motivo, lavoriamo costantemente per garantire lo sviluppo e il benessere della comunità in cui operiamo, convinti che le aziende debbano avere un ruolo attivo nello sviluppo e nella crescita del territorio in cui svolgono la loro attività, per **creare valore condiviso**.

EMPLOYER BRANDING



Realizzare attività di Employer Branding è per noi fondamentale per instaurare un primo dialogo con i nostri **candidati ideali, ingaggiando i migliori profili sul mercato che condividano al tempo stesso i nostri valori.** Al contempo, rappresenta un'opportunità per creare impatti positivi sul nostro sistema scolastico e formativo. Tali attività costituiscono un modo per far conoscere la nostra Azienda all'esterno e per trasmettere alla comunità i nostri valori, creando con questa un legame forte attraverso progetti, tirocini, lavori di gruppo, attività di informazione e culturali.

Ecco alcuni dei **progetti di Employer Branding** realizzati quest'anno:

MASTER BOLOGNA BUSINESS SCHOOL

Per ampliare i nostri progetti che coinvolgono la comunità, da anni collaboriamo con la **BBS, la Business School dell'Università di Bologna**, affidando ai ragazzi dei vari master dei lavori di gruppo e ospitandoli in Azienda per realizzare dei tirocini curriculari. Quest'anno, in particolare, abbiamo presentato la nostra realtà ai ragazzi dei Master di *Food&Wine, Gestione d'impresa e Green Management and Sustainable Businesses* e ospitato per un tirocinio curriculare uno studente del *Master in Finanza, Controllo e Auditing* e due studentesse del *Master in Marketing Management*. Grazie a tale periodo formativo, gli studenti hanno così potuto approfondire e mettere in pratica le conoscenze acquisite durante il loro percorso di studi.

CAREER DAY VIRTUALE - UNIBO RECRUITING WEEK

A ottobre 2020 abbiamo partecipato al Virtual Career Day Unibo: il **principale momento di incontro tra studenti e laureati dell'Università di Bologna e le realtà aziendali del territorio** organizzato, per la prima volta, in

modalità online. In tale occasione, abbiamo presentato la nostra Azienda tramite un workshop e raccolto le candidature di studenti e laureati, facendoci raccontare le loro aspirazioni professionali tramite dei colloqui online: perché la ricerca dei migliori talenti non si ferma mai.

VIRTUAL TOUR - TULANE UNIVERSITY

Far conoscere la nostra realtà e mettere a disposizione la nostra esperienza nel settore alimentare come **caso studio**, anche a livello internazionale, è per noi fondamentale per dare agli studenti universitari la possibilità di entrare gradualmente nel mondo del lavoro, passando dalla teoria alla pratica. Per questo, nel corso dell'anno 2020-2021 abbiamo effettuato una presentazione virtuale ai ragazzi della **Tulane University di New Orleans** (Louisiana - Stati Uniti) per raccontare la nostra Azienda, i progetti in corso e i nostri obiettivi futuri.

DIALOGO CONTINUO CON GLI ISTITUTI SUPERIORI DEL TERRITORIO

- Il nostro impegno con il mondo della formazione non si ferma all'Università. Infatti, continuo è il nostro dialogo con gli istituti superiori del territorio, fra questi:

· ITIS Nullo Baldini di Ravenna - Technical Gi Day con Gi Group

Grazie alla collaborazione con Gi Group, quest'anno per la terza volta abbiamo presentato ai ragazzi dell'Istituto Tecnico Industriale Statale la nostra realtà, mettendo in luce le possibili opportunità professionali per i neodiplomati desiderosi di entrare a far parte subito del mondo del lavoro.

· IPS Olivetti Callegari - Technical Talent Program con Manpower

Grazie alla collaborazione con Manpower, quest'anno abbiamo presentato ai ragazzi dell'Istituto Callegari di Ravenna la nostra Azienda, mettendo in luce i possibili sbocchi professionali all'interno dello stabilimento produttivo, nell'area Manutenzione.

· ITIP Luigi Bucci - Faenza

Negli scorsi mesi abbiamo partecipato a una giornata di orientamento al lavoro organizzata dall'ITIP Luigi Bucci di Faenza, avente come tema l'Industria 4.0. Tale giornata ha avuto come obiettivo principale quello di far conoscere le realtà aziendali del territorio ai/alle giovani studenti/studentesse e di fornire loro utili spunti per affrontare al meglio la futura ricerca di un'occupazione.

· Verso il lavoro. La sede di Imola incontra il mondo del lavoro

Il 21 aprile 2021 si è tenuta la terza edizione dell'evento ufficiale di orientamento al mondo del lavoro della sede di Imola dell'Università di Bologna. All'evento, organizzato in collaborazione con ARTEC (Settore Placement e orientamento al lavoro), hanno partecipato le principali aziende operanti nei settori di interesse delle figure professionali formate dai corsi della sede di Imola dell'Alma Mater: i laureandi in Qualità e Biologia della Salute. Il Job Day è stata una preziosa occasione speciale di formazione e orientamento al lavoro. L'obiettivo principale della giornata è stato quello di fare conoscere le competenze tecniche e trasversali richieste nel mondo del lavoro, il suo funzionamento e le relative opportunità professionali. Oltre ad ascoltare la nostra presentazione aziendale, i partecipanti hanno avuto modo di farci domande dirette, per capire come prepararsi al meglio per il proprio futuro.

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO - Ogni anno ospitiamo studenti delle scuole medie superiori in alternanza scuola-lavoro, convinti che tale attività sia fondamentale per **creare un ponte fra il mondo della scuola e quello del lavoro**, garantendo agli studenti la possibilità di mettersi alla prova in un contesto lavorativo, individuando le proprie attitudini e sviluppando delle competenze professionali.



9 ragazzi/e
in alternanza scuola-lavoro
ospitati nell'anno 2020-2021

INSERIMENTO CATEGORIE SVANTAGGIATE

In Azienda ogni anno **attiviamo tirocini finalizzati ad agevolare l'inserimento o il reinserimento nel mercato del lavoro di lavoratori disoccupati, inoccupati o soggetti svantaggiati**, convinti che questi rappresentino un'opportunità concreta e importante per la creazione di condizioni facilitanti per i soggetti coinvolti.

Nel corso dell'ultimo anno, in particolare, abbiamo attivato un tirocinio di reinserimento nel mercato del lavoro, convinti che il lavoro possa rappresentare un **potente strumento inclusivo**.

TIROCINI FORMATIVI, PER TESI E CURRICULARI

Ogni anno ospitiamo studenti universitari per la realizzazione di **tirocini formativi, curriculari e/o per tesi**, finalizzati alla preparazione della prova finale. Questo perché vogliamo contribuire attivamente alla costruzione di un legame stabile fra imprese e università, che consenta alle nuove generazioni una **transizione agevole dal mondo dell'istruzione a quello del lavoro**, permettendogli di mettersi alla prova in un contesto lavorativo e di conoscere meglio le dinamiche di una grande realtà imprenditoriale.



SUPPORTO A TESI DI LAUREA TRIENNALE/MAGISTRALE SU SOSTENIBILITÀ E B CORP

In qualità di B Corporation, collaborare e supportare gli studenti/le studentesse nella realizzazione di **progetti di tesi** aventi come tema la **sostenibilità** a 360° e l'impatto positivo delle B Corp su società e ambiente è fondamentale per far conoscere il movimento e avvicinare le nuove generazioni a tali tematiche.



4 progetti di tesi di laureandi supportati nell'anno 2020-2021

PERMESSO RETRIBUITO PER ATTIVITÀ DI VOLONTARIATO

Anche per l'anno 2020-2021 abbiamo deciso **di regalare a tutti i dipendenti 8 ore annue di permesso retribuito per svolgere attività di volontariato** presso un'associazione a loro scelta. Tale permesso rappresenta una preziosa opportunità per accrescere l'impegno di ciascuno verso la comunità, permettendo a ogni dipendente di dedicare parte del suo tempo al prossimo.



382 ore di lavoro offerte dall'Azienda per la comunità

(fra volontariato, congedo paternità c/o azienda, protezione civile, donazione sangue e plasma)

SOSTEGNO AGLI ENTI DEL TERZO SETTORE E ALLA RICERCA



Sostenere la ricerca scientifica, le associazioni di volontariato e – più in generale – gli enti del Terzo Settore è per noi imprescindibile per **supportare il diritto alla salute**. Tale supporto permette alla ricerca e alle associazioni di volontariato di andare avanti a **fare del bene**. La scelta di sostenere la ricerca e le associazioni di volontariato nel loro operato è una scelta della quale siamo fieri, nella consapevolezza di poter aiutare chi soffre, di supportare chi crede ogni giorno nel proprio lavoro, ma anche di dare risposte a chi attende, da anni, una garanzia concreta per il proprio diritto alla salute. A tali iniziative abbiamo donato il 10% dei nostri utili. La nostra azione si è rivolta principalmente ai seguenti beneficiari:



Parrocchia San Giovanni Evangelista

Arteinte

Fondazione Emilio Rosetti

AIRC

Cooperativa San Vitale

Faenza Rugby

Basket Ravenna

Festival del Fundraising

Associazione Amici di Casa Insieme

SUPPORTO ALLE PMI, IN QUALITÀ DI BUSINESS ANGEL

Supportiamo le PMI grazie a finanziamenti mirati: nello specifico, partecipiamo tramite la società Start Up Italia alla raccolta dei capitali per il finanziamento delle piccole e medie imprese.



IL SOSTEGNO ALLO SPORT



Avere un impatto positivo sulla società, le persone e il territorio è parte della nostra missione e del nostro essere una B Corp: il sostegno allo sport è quindi parte essenziale di questo obiettivo.

Lo sport è innanzitutto rispetto per se stessi e per gli altri: è socialità e inclusione, è collaborazione e sostegno reciproco. Una corretta alimentazione e un'attività fisica costante sono le basi per una vita sana e in equilibrio col proprio corpo.

Nell'ultimo anno abbiamo supportato i seguenti eventi sportivi:

- ▶ Maratona di Ravenna
- ▶ Inaugurazione CAI di Lugo (RA)
- ▶ Cre Estivo San Pietro in Vincoli (RA)
- ▶ 100 km del Passatore
- ▶ Zerotriuno Triathlon

FONDAZIONE LIBELLULA



A maggio 2019 siamo entrati a far parte della Fondazione Libellula (ex Progetto Libellula), la prima rete di aziende unite contro la violenza sulle donne e la discriminazione di genere, nata con l'obiettivo di mettere in comunicazione diverse realtà aziendali che pongono la Parità di Genere alla base dei propri valori e che desiderano impegnarsi con azioni concrete.

Durante gli scorsi mesi, consapevoli della necessità di continuare a impegnarci per costruire una società equa, rispettosa e inclusiva – nonostante il lockdown – abbiamo partecipato a diversi incontri online organizzati dalla Fondazione, fra cui:

- ▶ Il carico mentale delle donne
- ▶ Vivere e costruire alleanze tra donne
- ▶ Genere e linguaggio
- ▶ Genere, potere e leadership.

Tutto ciò per disporre degli strumenti giusti per agire sul piano culturale, concretamente.

RINNOVO DEL CCNL E ACCORDO INTEGRATIVO AZIENDALE DI II LIVELLO

Al fine di migliorare il benessere aziendale e armonizzare i tempi di vita e lavoro, nel corso dell'anno 2020-2021 la nostra Azienda ha introdotto importanti novità per tutti i lavoratori e si è adoperata per contattare le parti sindacali al fine di proporre loro il **contratto integrativo aziendale migliorativo**, che è stato siglato definitivamente in data 21.06.2021.

In più, negli scorsi mesi – insieme alle associazioni facenti parte dell'Assemblea Nazionale e alle rappresentanze sindacali – abbiamo contribuito al **rinnovo del CCNL** di riferimento. Il nostro apporto è stato fondamentale per segnalare a livello nazionale eventuali migliorie al nostro Contratto Collettivo, garantire una maggiore chiarezza e una miglior conciliazione dei tempi di vita e lavoro.

SOSTEGNO A PROGETTI EDITORIALI DI QUALITÀ

Ossigeno ha un obiettivo preciso: accompagnare il cambiamento in corso nelle abitudini alimentari, attraverso quella che può essere definita una guida pratica e culturale.

È la visione semestrale Euro Company del futuro tra scienza, arte e ricerca. La collana di libri *Ossigeno* è un collettore di articoli e approfondimenti su ciò che è il benessere, inteso come equilibrio di corpo e mente, di attenzione alla salute e allo spirito. www.ossigeno.it

Capitan Bananas e il Pianeta Cibosano

È un fumetto periodico fatto di supereroi e galassie lontane, che diverte e appassiona, veicolando un messaggio preciso: mangiare sano aiuta a crescere e a stare bene. Il progetto di Capitan Bananas nasce dall'idea che sia necessario e fondamentale promuovere la cultura della sana alimentazione partendo proprio dai bambini.

Le avventure di Capitan Bananas sono scaricabili dal sito www.capitanbananas.it

Il giornale della nocicoltura parla di qualità della coltura del noce, intesa come aggiornamento sull'innovazione tecnica e su alti standard delle relazioni di filiera. È scaricabile sul sito:

www.nutsforlife.it/ilgiornaledellanocicoltura



Benessere della persona e della comunità

OBIETTIVI PER IL PROSSIMO TRIENNIO



FERIE SOLIDALI

Nel corso del prossimo triennio, vogliamo attivare la possibilità di cedere una parte dei propri permessi retribuiti o delle ferie a colleghi in difficoltà, che non hanno un ammontare di ore di ferie sufficiente per potersi assentare dal lavoro per accudire un familiare non autosufficiente e bisognoso di assistenza costante.



SOSTEGNO ALLE ASSOCIAZIONI DI VOLONTARIATO

Vogliamo proseguire nel supportare la nostra comunità locale attraverso iniziative e donazioni ad associazioni di volontariato che, in linea con i nostri valori, realizzano progetti e monitorano i risultati ottenuti per migliorare il benessere e la salute delle persone e del pianeta, creando così impatti positivi e buone prassi comuni.



DEFINIRE E DIVULGARE UNA POLICY SUL DIVERSITY MANAGEMENT

All'inizio dell'anno 2021-2022 andremo a definire e divulgare una **Policy aziendale sul Diversity Management** con l'obiettivo di valorizzare la diversità all'interno del nostro ambiente di lavoro (diversità di genere, di orientamento sessuale, di origini etniche, di cultura, di abilità fisiche, ecc.) supportando i differenti stili di vita e rispondendo alle distinte esigenze dei nostri collaboratori. Ciò perché siamo convinti che la **cultura del rispetto dei diritti, delle diversità e l'inclusione** debbano non solo essere alla base dell'agire quotidiano di ogni realtà aziendale ma anche fungere da esempio per la comunità in cui ogni azienda opera.



UNIBO RECRUITING WEEK

A ottobre 2021 parteciperemo all'**Unibo Recruiting Week**, la settimana di **incontri online tra studenti e laureati dell'Università di Bologna e le realtà aziendali del territorio**. In tale occasione, presenteremo la nostra Azienda e raccoglieremo le candidature di studenti e laureati, facendoci raccontare le loro aspirazioni professionali: perché la ricerca dei migliori talenti presenti sul mercato continua, anche a distanza!

Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso la Comunità**, contribuiamo al raggiungimento di **4** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:



ETICA E LEGALITÀ

ADOZIONE DEL MOG 231/01 E NOMINA DELL'ODV

Il D.Lgs. n. 231/01 ha introdotto nel nostro ordinamento giuridico la responsabilità penale delle società al verificarsi di determinati reati anche di natura colposa. In data 14/11/2018 il Consiglio di Amministrazione di Euro Company ha deliberato l'adozione di un Modello di Organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. n. 231/01.

L'elaborazione del Modello ha previsto la preventiva mappatura delle aree di rischio, l'individuazione dei reati che possono essere compiuti nell'interesse o a vantaggio della società e ha messo in atto i comportamenti organizzativi da parte di tutti i dipendenti al fine di annullare tali rischi. Contestualmente è stato nominato un Organismo di Vigilanza formato da due professionisti esterni e indipendenti, in particolare da due Avvocati penalisti, i quali hanno il compito di vigilare sulla corretta osservanza del Modello stesso da parte di tutti i soggetti destinatari riferendo al Presidente e al Consiglio di Amministrazione ogni eventuale comportamento e/o azione contrari al modello.

CODICE ETICO



Euro Company ha un proprio Codice Etico che la guida nei rapporti verso ogni portatore d'interesse. Il Codice Etico rispecchia la nostra mappa dei valori ed è pubblicato sul nostro sito internet per massima trasparenza.

WHISTLEBLOWING POLICY



Euro Company promuove la prevenzione e la verifica di ogni condotta illecita o, comunque, contraria al Codice Etico e al Modello 231. In questa prospettiva, siamo sostenitori della cultura dello *speak up*, cioè della libertà di interpellare, in ottica di confronto, colleghi e/o superiori gerarchici nel caso in cui si ritenga opportuno o necessario manifestare dubbi o preoccupazioni, esporre problemi, formulare proposte e idee o, in generale, esprimere opinioni per migliorare il lavoro all'interno dell'organizzazione. Abbiamo inoltre inteso garantire a tutti i dipendenti la possibilità di segnalare, anche in via riservata, un possibile reato, un illecito o una qualunque condotta irregolare commessa da altri soggetti appartenenti alla Società stessa (*Whistleblowing*). Chi segnala una sospetta irregolarità non può subire alcuna conseguenza negativa, salvo l'ipotesi che vengano effettuate segnalazioni infondate effettuate con dolo o colpa grave. Non è tollerata, infatti, alcuna forma di ritorsione contro i dipendenti.



Agenda ONU 2030

Euro Company e il perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030



Con il nostro **impegno verso i Dipendenti**, contribuiamo al raggiungimento di **14** dei 17 Obiettivi fissati dall'Agenda ONU 2030:



