

FRATELLI
Carli

— DAL 1911 —

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Report di Sostenibilità 2023

Il nostro Progresso Responsabile:
tradizione, eccellenza, ambiente

Certified



Corporation

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Report di Sostenibilità 2023

INDICE

**La nostra tradizione è l'eccellenza,
il nostro domani è nella cura del
presente** 5

Fratelli Carli 7
Un'azienda di famiglia 8
Una storia di eccellenza ultracentenaria 10
Cura, passione, tradizione 13
I prodotti 14



Responsabilità, etica e trasparenza 19
**Il nostro Progresso Responsabile:
tradizione, eccellenza, ambiente** 25
B Corp Certificata 26
Fratelli Carli diventa anche Società Benefit 27
I Pilastri di Sostenibilità 28
Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) 29

**L'analisi di materialità:
i temi più importanti** 33
La catena del valore di Fratelli Carli 36
I portatori di interesse 42
Una visione di lungo termine 45



Persone 51
I dipendenti, persone di famiglia 54
La comunità, il nostro mondo 64
I clienti 65
Prodotti e Materiali 73
Solo prodotti di altissima qualità 76
Filiera di fornitura 91
La nostra filiera e il valore del territorio 94

Energia e Risorse 103

L'impegno per un futuro sostenibile: più tecnologia, meno consumi 106

Cultura e tradizione mediterranea 119

Cultura, tradizione, sostenibilità 122



Nota metodologica 129

Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo 131

Tabella di raccordo GRI – Temi materiali 133

Profilo d'impatto 134

Appendice 135

Indicatori economici 135

Indicatori sociali 137

Indicatori ambientali 143

GRI Content Index 150

Relazione Società di Revisione 157

FRATELLI
Carli
— DAL 1911 —



“ Nelle pagine che seguono c'è il racconto delle nostre iniziative: un impegno che portiamo avanti giorno dopo giorno grazie ad una governance della sostenibilità solida e strutturata, che si riflette nel nostro essere Società Benefit e prima realtà produttiva italiana certificata B Corp.

La nostra tradizione è l'eccellenza, il nostro domani è nella cura del presente

Presentare il **Report di Sostenibilità** rappresenta sempre un momento importante di riflessione e condivisione, ancor più dopo un anno impegnativo come quello appena trascorso.

Il mondo oleario ha dovuto sopportare un'altra campagna di **forte siccità**, la **scarsità dei raccolti** ha inciso fortemente sulla produzione dell'olio di oliva che ha subito un'impennata dei prezzi mai vista prima, ancor più quello di alta qualità.

Forti della nostra **storia** e della nostra **competenza centenaria**, abbiamo affrontato questa sfida con la serietà e l'**attenzione ai nostri clienti** che da sempre ci contraddistinguono, senza compromessi sulla **qualità** e guardando con ancor più determinazione ai temi della sostenibilità.

Nelle pagine che seguono c'è dunque il racconto delle nostre **iniziative concrete che guardano alle Persone, ai Prodotti e ai Materiali, alla Filiera di Fornitura, all'Energia e alle Risorse e alla Cultura e Tradizione Mediterranea.**

Un impegno che portiamo avanti giorno dopo giorno grazie ad una **governance della sostenibilità solida e strutturata**, che si riflette nel nostro essere **Società Benefit e prima realtà produttiva italiana certificata B Corp**, e che ci consente di mettere in campo azioni condivise, efficaci e orientate al raggiungimento degli obiettivi a medio termine che ci siamo prefissati.

Vi lasciamo dunque alle pagine di questo Report che rappresenta al meglio la nostra **volontà di continuare** su questa strada, **coinvolgendo collaboratori, fornitori e clienti**, con la consapevolezza del nostro ruolo, come impresa e come famiglia, nella costruzione di quello che noi definiamo **Progresso Responsabile.**

Claudia, Gian Franco e Carlo Carli

Claudia Carli Gian Franco Carli Carlo Carli



FRATELLI CARLI

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

Giovanni Carli
Piano di sviluppo, 1961

Fratelli Carli

Un'azienda di famiglia

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

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



20 Empori

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

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



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

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

Giovanni Carli
nel Cinquantenario di Fratelli Carli, 1961

Una storia di eccellenza ultracentenaria

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

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

Oneglia 1911

La forza di un'idea



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

1920

La creatività dà forma alla storia dell'azienda

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



1948

Il primo listino dopo la guerra



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

1972

Il pionieristico Centro Meccanografico



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

1997

Nasce Mediterranea



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

2011

Cento anni di attività

100

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

2019

Fratelli Carli Società Benefit



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

1912

Il primo listino



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

1936

Nasce il primo Ricettario Carli



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

1965

Nascono i furgoncini Fratelli Carli



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

1996

Primi nell'e-commerce



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

2010

Nasce l'Emporio di Imperia



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

2014

Certificazione B Corp



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

2022

Verso la Carbon Neutrality



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



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

La visione dell'azienda

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

Cura, passione, tradizione

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

Sostenibilità

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

Come lavoriamo fa la differenza

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



I nostri Elementi distintivi di marca

Rendiamo ogni momento a tavola un'esperienza di gusto unico

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

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

Siamo punto di riferimento nel mondo dell'olio

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

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

Giovanni Carli

Programma mensile di Propaganda ed Espansione, 1971

I prodotti

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

L'OLIO DI OLIVA, DALLA TRADIZIONE AL BIOLOGICO

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



I PRODOTTI DELLA GASTRONOMIA, UNA RELAZIONE DI FIDUCIA

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



“ Offrire specialità della cucina ligure e mediterranea, accanto all'olio, è stata un'evoluzione naturale, nata dal desiderio di condividere con i clienti la nostra stessa passione. ”



RESPONSABILITÀ, ETICA E TRASPARENZA

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

Responsabilità, etica e trasparenza

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

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

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

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

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

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



- 1 Gian Franco Carli • Presidente
- 2 Alessandro Anemone • Responsabile Ufficio Acquisti
- 3 Gino De Andreis • Responsabile Controllo Qualità Prodotto
- 4 Marcello Porro • Responsabile Confezionamento e Magazzini
- 5 Paolo Arimondi • Responsabile Gestione contratti e manutenzioni
- 6 Marta Gorlero • Responsabile Marketing e Sviluppo Prodotto
- 7 Claudia Carli • Responsabile Comunicazione Corporate
- 8 Carlo Carli • Amministratore Delegato
- 9 Federico Calzamiglia • Direttore Operations
- 10 Sara Vassallo • Responsabile Sistema di Gestione Ambientale e Responsabile gestione rifiuti
- 11 Massimo Belmonte • Direttore Risorse Umane
- 12 Patrizia Sacco • Sustainability & B Corp Coordinator
- 13 Giulia Olivero • Controllo Qualità e HACCP



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

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

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

13 membri il Comitato di Sostenibilità (CO.SO.)

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

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

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

Al 31 dicembre 2023 non sono state ricevute segnalazioni di conflitti di interesse. Alcuni consiglieri sono membri, oltre che di quello di Fratelli Carli, anche di altri Consigli di Amministrazione: lo Statuto prevede che la partecipazione al Consiglio Direttivo di altre aziende non violi il principio di concorrenza.

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

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

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

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



MUSEIMPRESA



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



IL NOSTRO PROGRESSO RESPONSABILE:
TRADIZIONE, ECCELLENZA, AMBIENTE

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

Il nostro Progresso Responsabile: tradizione, eccellenza, ambiente.

B Corp Certificata

Fratelli Carli S.p.A. S.B. è stata, nel 2014, la **prima realtà produttiva italiana a ottenere la certificazione di Benefit Corporation**¹, con l'aspirazione di costruire un futuro migliore per le persone e per il pianeta. Essere B Corp significa, infatti, non solo aspirare ad essere la migliore azienda del mondo, ma la migliore azienda per il mondo.

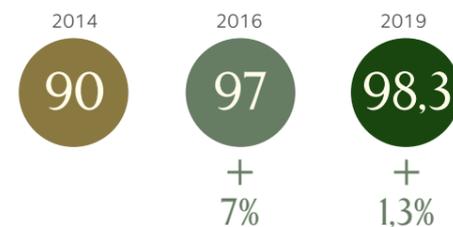
L'iter di certificazione, attraverso il rigoroso modello di controllo B Impact Assessment, dà conto dell'impatto sociale e ambientale delle organizzazioni. La Certificazione si ottiene con un minimo di 80 punti; Fratelli Carli ha ottenuto 90 nel 2014, arrivando a 97 nel 2016 e 98,3 nel 2019.

Fratelli Carli si è quest'anno nuovamente misurata con lo standard B Impact Assessment nel corso del processo di ricertificazione che si concluderà nel 2024.

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

La **"Certificazione B Corporation"** è un marchio che viene concesso in licenza da **B Lab**, ente privato non-profit, alle imprese che, come la nostra, hanno superato con successo il **B Impact Assessment ("BIA")** e soddisfano quindi i requisiti richiesti da B Lab in termini di performance sociale e ambientale, responsabilità e trasparenza.

Si specifica che B Lab non è un organismo di valutazione della conformità ai sensi del Regolamento (UE) n. 765/2008 o un organismo di normazione ai sensi del Regolamento (UE) n. 1025/2012 e che il BIA è indipendente da standard armonizzati e non è ratificato da parte di istituzioni pubbliche.



PUNTEGGIO COMPLESSIVO B IMPACT

98,3

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



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

Fratelli Carli diventa anche Società Benefit

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

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

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

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



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

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

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

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

+8.600
B Corp nel mondo

+3.600
le Società Benefit in Italia

I Pilastri di Sostenibilità

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

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



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

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)

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

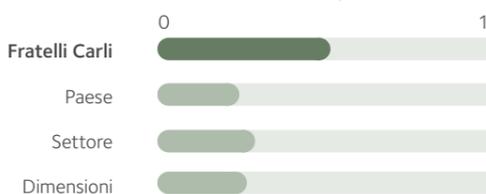


Attraverso l'SDG Action Manager, uno strumento capace di misurare l'impatto dell'azienda unendo le linee guida del B Impact Assessment di B Lab e i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite, Fratelli Carli ha calcolato il proprio impatto sugli SDG di riferimento. In questo modo le attività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

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

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

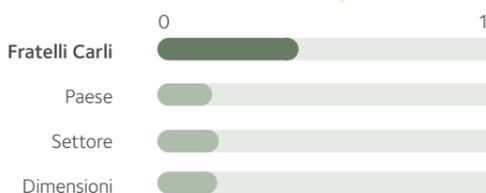
DOMANDE RISPOSTE
21/22



SDG 3
Assicurare salute e benessere

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

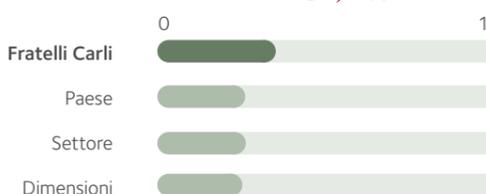
DOMANDE RISPOSTE
23/23



SDG 7
Energia accessibile e pulita

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

DOMANDE RISPOSTE
34/34



SDG 8
Lavoro dignitoso e crescita economica

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

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

GLI ALTRI SDG

DOMANDE RISPOSTE
22/22

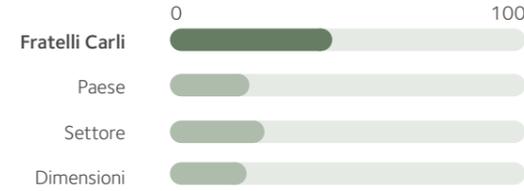
50,4%



SDG 12

Consumo e produzione responsabili

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



24,4%



19,7%



12,2%



15%



18,2%



17,2%



14,3%



33,4%



33,4%



19,7%



DOMANDE RISPOSTE
29/29

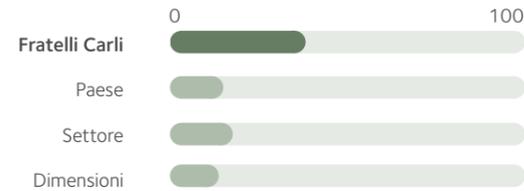
38,9%



SDG 14

Vita sott'acqua

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



DOMANDE RISPOSTE
21/21

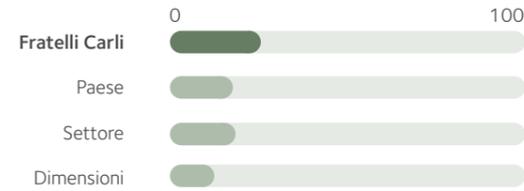
27,5%



SDG 15

La vita sulla terra

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





L'ANALISI DI MATERIALITÀ: I TEMI PIÙ IMPORTANTI

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

L'analisi di materialità: i temi più importanti

In continuità con il 2021 e il 2022, anche per l'anno di rendicontazione 2023 Fratelli Carli ha svolto l'**analisi di materialità** propedeutica all'identificazione dei temi di sostenibilità maggiormente rilevanti per l'azienda, in materia economica, ambientale e sociale. In particolare, l'analisi è stata condotta secondo la nuova metodologia introdotta dagli Standard del Global Reporting Initiative (GRI 2021). Il nuovo approccio metodologico si basa sul concetto di impatto, definito come l'effetto che un'organizzazione ha (*impatto effettivo*) o che potrebbe avere (*impatto potenziale*) sull'economia, sull'ambiente, sulle persone e sui diritti umani. Inoltre, gli impatti possono essere positivi, se contribuiscono al progresso sostenibile delle persone, delle comunità locali e dell'ambiente, o negativi, se al contrario causano un danno.



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

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

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

Infine, è stata poi riefettuata un'**analisi media** utile a tracciare le pressioni esterne provenienti dai principali canali di comunicazione. Sulla base delle informazioni raccolte e tenendo in considerazione tutte le fasi della *value chain*, sono stati quindi **identificati gli impatti** che Fratelli Carli genera o potrebbe generare: la nuova analisi ha evidenziato alcuni temi aggiuntivi rispetto all'anno precedente, che sono stati presi in considerazione per la successiva fase di valutazione della significatività di ciascun impatto.

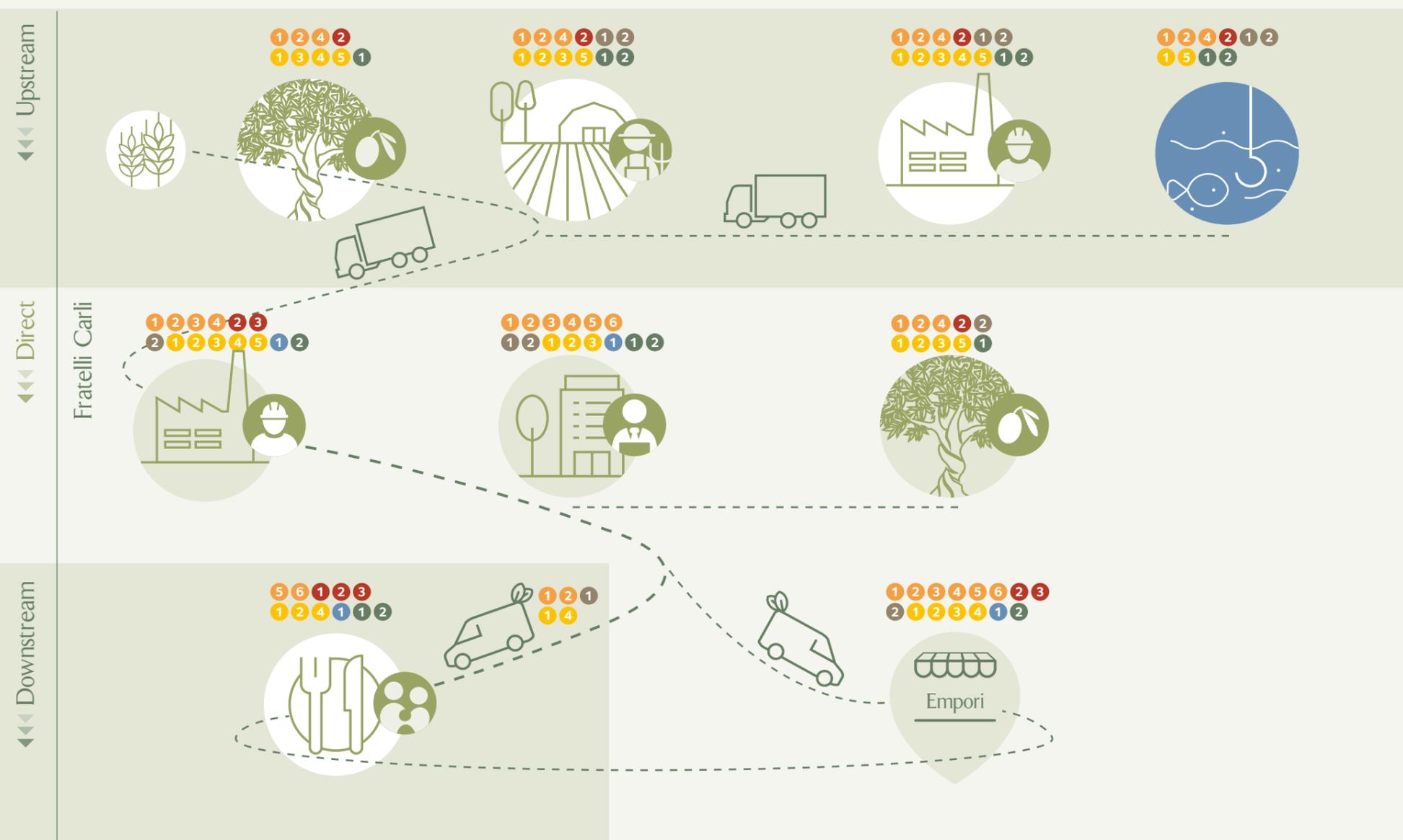
Successivamente, si è infatti proceduto con la valutazione degli impatti, prendendo in considerazione:

- la **gravità** dell'impatto, definita a sua volta dallo "*cope*" (quanto frequentemente e diffusamente si verifica lungo la catena del valore), dalla "*scale*" (ovvero la gravità dell'impatto che si verifica) e dal carattere di irrimediabilità (la possibilità di mitigare il danno risultante e ripristinare la situazione antecedente al verificarsi dell'impatto);
- la sua **probabilità** di accadimento.

La prioritizzazione degli impatti secondo la metodologia appena descritta ha quindi consentito di identificare quelli maggiormente rilevanti, e quindi meritevoli di attenzione: l'analisi ha confermato, oltre ai temi del 2022, altre **due nuove tematiche** che costituiscono quindi i punti focali dell'agire dell'azienda.



La catena del valore di Fratelli Carli



Persone

SICUREZZA E DIRITTI DEI DIPENDENTI

- 1 Danni alla salute e sicurezza dei lavoratori causati da un mancato adempimento agli obblighi normativi
- 2 Discriminazione e violazione dei diritti umani dovute a pratiche di tutela inadeguate

BENESSERE E SVILUPPO DELLE PERSONE

- 3 Sviluppo delle competenze dei dipendenti grazie ad attività di formazione

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

- 4 Mancato rispetto delle diversità e pari opportunità dei dipendenti e collaboratori dovuto a pratiche D&I inadeguate

SODDISFAZIONE E SICUREZZA DEI CLIENTI

- 5 Salvaguardia del livello di soddisfazione dei clienti attraverso un servizio di assistenza dedicato
- 6 Tutela dei consumatori grazie ad una comunicazione trasparente



Materiali e prodotti

SICUREZZA ALIMENTARE

- 1 Tutela dei consumatori tramite lo sviluppo di prodotti sani e genuini

QUALITÀ ED ECCELLENZA DEI PRODOTTI

- 2 Sviluppo e produzione di prodotti di qualità tramite l'uso di materie prime eccellenti

SOSTENIBILITÀ DEI MATERIALI ED ECO-DESIGN DEL PRODOTTO

- 3 Sviluppo di prodotti con un packaging sostenibile



Filiera di fornitura

GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

- 1 Sviluppo di una rete di fornitori fidati tramite il monitoraggio ed il presidio della catena di fornitura

VALORIZZAZIONE DELLE COMUNITÀ LOCALI

- 2 Creazione di valore economico e culturale per le comunità locali



Energia e risorse

CLIMATE ACTION

- 1 Contributo al cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas ad effetto serra

RIDUZIONE DEGLI IMPATTI DELLA PRODUZIONE

- 2 Danni ambientali causati da uno scorretto smaltimento dei rifiuti prodotti
- 3 Depauperamento delle risorse idriche dovuto ad un uso inefficiente delle fonti d'acqua
- 4 Riduzione degli sprechi
- 5 Danni alla biodiversità



Cultura e tradizione mediterranea

PROMOZIONE DI STILI DI VITA SANI ATTRAVERSO LA DIFFUSIONE DELLA DIETA MEDITERRANEA

- 1 Promozione di uno stile di vita salutare tramite lo sviluppo di ricette della tradizione italiana



Conduzione etica del business

CONDUZIONE ETICA DEL BUSINESS

- 1 Conseguenze sul sistema socioeconomico causate da pratiche di business scorrette

RISPETTO DELLA PRIVACY

- 2 Violazione della privacy causata da sistemi di controllo informatico inadeguati

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

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

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

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

TEMATICA	TEMA MATERIALE	IMPATTO	TIPOLOGIA DI IMPATTO	DESCRIZIONE IMPATTO E CONTROMISURE ADOTTATE	CATENA DEL VALORE
 Energia e risorse	CLIMATE ACTION	Contributo al cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas ad effetto serra	Negativo Effettivo	Descrizione: le attività svolte da Fratelli Carli e nella sua catena del valore, generano emissioni CO ₂ . Contromisure adottate: Fratelli Carli si impegna ad utilizzare presso tutte le proprie sedi, gli Empori e i depositi, energia proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre, l'azienda ha raggiunto l'attestazione di Carbon Neutrality per l'intera logistica di consegna Italia ⁴ .	Upstream Direct Downstream
	RIDUZIONE DEGLI IMPATTI DELLA PRODUZIONE	Riduzione degli sprechi	Positivo Effettivo	Descrizione: la gestione efficiente dei trasporti e le pratiche di corretta conservazione dei prodotti anche durante le fasi della logistica, assicurano la riduzione di possibili sprechi nelle diverse fasi della value chain.	Upstream Direct Downstream
		Depauperamento delle risorse idriche dovuto ad un uso inefficiente delle fonti d'acqua	Negativo Potenziale	Descrizione: un utilizzo inefficiente della risorsa idrica potrebbe comportare un deterioramento della risorsa stessa a discapito degli ecosistemi e delle comunità locali. Contromisure adottate: l'azienda monitora costantemente i propri consumi idrici. La gestione della risorsa idrica è oggetto di supervisione anche per i fornitori di Fratelli Carli ⁴ .	Upstream Direct
		Danni ambientali causati da uno scorretto smaltimento dei rifiuti prodotti	Negativo Potenziale	Descrizione: se non smaltiti/recuperati correttamente, i rifiuti potrebbero causare impatti negativi sia sugli ecosistemi che sulle comunità locali. Contromisure adottate: la gestione dei rifiuti e il loro corretto conferimento è regolamentato da apposite procedure interne, nel pieno rispetto della normativa vigente ⁴ .	Upstream Direct Downstream
		Danni alla biodiversità	Negativo Effettivo	Descrizione: le attività su cui si basa la produzione di Fratelli Carli, come l'agricoltura e la pesca, minacciano la biodiversità attraverso la contaminazione dell'aria, la deforestazione, l'erosione del suolo e la conversione degli ecosistemi naturali. Contromisure adottate: un'attenta scelta dei propri fornitori e le attività di coinvolgimento della value chain incentrate sulla tutela delle tematiche ESG aiutano Fratelli Carli a mitigare il suo impatto su tale aspetto.	Upstream Direct

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

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

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

I portatori di interesse

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

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

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

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

Nella tabella che segue sono rappresentati i principali:

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

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

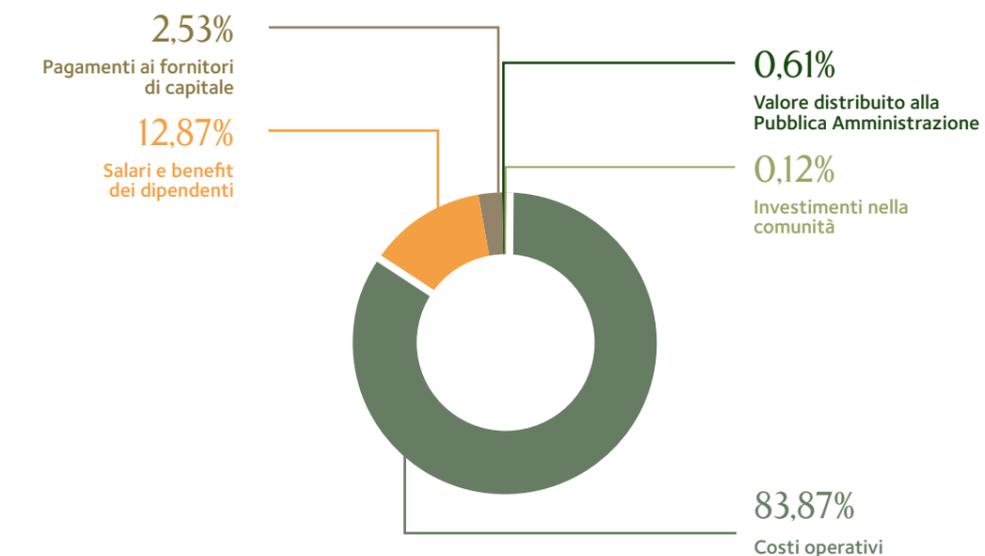
Il valore generato da Fratelli Carli viene in gran parte redistribuito al territorio locale, prevalentemente in Italia, attraverso la creazione di occupazione e la scelta di fornitori locali.

€138 milioni
valore economico direttamente
generato nel 2023

Nel 2023 il valore economico direttamente generato è stato pari a €138 milioni, in diminuzione rispetto all'anno precedente del 15%, il valore economico trattenuto si attesta attorno a € 5 milioni, in aumento rispetto allo scorso anno.

Nel seguente grafico viene rappresentato il valore economico distribuito (€132,5 milioni): in particolare, l'84% è da imputarsi a costi operativi, il 13% al costo del personale (salari e benefit), mentre la restante quota è spartita fra gli investimenti nella comunità (sponsorizzazioni) e i pagamenti ai fornitori di capitale e alla Pubblica Amministrazione.

Valore economico distribuito (2023)





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

Patrizia Sacco
Sustainability & B Corp Coordinator

UNA VISIONE DI LUNGO TERMINE

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

Una visione di lungo termine

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

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

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

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

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

Il Comitato di Sostenibilità ha confermato il suo concreto ruolo di guida nell'indirizzare l'operato dell'azienda sulle tematiche ESG e nel costruire, in modo condiviso e partecipato, il Piano di Sostenibilità a medio termine.

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

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



Tabella di raccordo

SDG

Temi materiali

Pilastrini
Piano di Sostenibilità
2023-2025

SDG	TEMI MATERIALI	SDG	TEMI MATERIALI	SDG	TEMI MATERIALI	SDG	TEMI MATERIALI	
	<ul style="list-style-type: none"> • Sicurezza e diritti dei dipendenti • Benessere e sviluppo delle persone • Diversità e pari opportunità • Soddisfazione e sicurezza dei clienti 		<ul style="list-style-type: none"> • Qualità ed eccellenza dei prodotti • Sostenibilità dei materiali ed eco-design del prodotto • Sicurezza alimentare 		<ul style="list-style-type: none"> • Gestione Responsabile della catena di fornitura • Valorizzazione delle comunità locali 		<ul style="list-style-type: none"> • Climate Action • Riduzione degli impatti della produzione <ul style="list-style-type: none"> • Gestione dei rifiuti e degli sprechi • Gestione della risorsa idrica • Gestione degli impatti sulla biodiversità 	
<p>Persone</p> <p>pag. 51</p>	<p>Materiali e prodotti</p> <p>pag. 73</p>	<p>Filiera di fornitura</p> <p>pag. 91</p>	<p>Energia e risorse</p> <p>pag. 103</p>	<p>Cultura e tradizione mediterranea</p> <p>pag. 119</p>				
<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere la salute sul luogo di lavoro. • Implementare un nuovo piano di welfare per i dipendenti. • Incrementare il numero di ore di formazione, in particolare sulla sostenibilità. • Agevolare le pari opportunità a tutti i livelli aziendali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Far crescere l'intero customer care per farlo diventare luogo di incontro speciale per i clienti. • Mantenere elevatissimi standard di qualità di servizio per i clienti. • Implementare costantemente i servizi offerti ed i canali di contatto con l'azienda per tutti i clienti, al passo con l'evoluzione tecnologica. • Contribuire ad iniziative che agiscono dove ci sono condizioni svantaggiate, promuovendo accesso all'acqua, alle cure e alla ricerca. • Sostenere le necessità delle comunità locali anche con la donazione di prodotti. 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuare ad offrire sempre nuove specialità alimentari preparate con il saper fare della tradizione mediterranea, utilizzando pochi e semplici ingredienti di altissima qualità, come fatte in casa. • Portare al 55% le linee di prodotto analizzate con la metodologia di valutazione Sustainability Life Cycle Assessment (SLCA) per quantificare gli impatti ambientali, sociali ed economici dei prodotti. • Monitorare attentamente e costantemente gli aspetti nutrizionali, di sicurezza e qualità dei nostri prodotti, per assicurare sempre il massimo livello di eccellenza ai nostri clienti. 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rinnovare costantemente il pack primario e secondario dei prodotti e degli omaggi perseguendo un miglioramento continuo in termini di sostenibilità. • Incrementare la percentuale di materiali, materie prime e specialità alimentari con Certificazioni di sostenibilità e/o prodotte da aziende certificate B Corp o Società Benefit. 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trasformare il Distretto di Bontà in un <i>Distretto Benefit</i>. • Ampliare il perimetro del Distretto dei Trasporti ai nuovi fornitori di servizi logistici. • Coinvolgere il Distretto dei Trasporti sul progetto "Carbon Neutrality". 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Completare, con tutta la supply chain, la raccolta dei KPI di sostenibilità condivisi nei rispettivi Codici utilizzando gli strumenti definiti. • Portare al 55% il numero di fornitori rilevanti coinvolti nei Codici e valutati secondo criteri ambientali e sociali. 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aggiornare e validare gli inventari delle emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3. • Definire azioni misurabili di mitigazione dell'impatto dell'azienda sul cambiamento climatico. • Implementare e ampliare il perimetro del nuovo Sistema di gestione Integrato sicurezza e ambiente. • Compensare l'impatto ambientale di tutte le consegne a domicilio dei clienti in tutti i paesi serviti 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettare un corso di Ecodrive per i nostri autisti del trasporto primario. • Mantenere la percentuale di rifiuti inviati a recupero superiore al 90% sul totale dei rifiuti prodotti 	<p>OBIETTIVI 2023-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diffondere la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva e della tradizione alimentare del Mediterraneo. • Divulgare la cultura della Sostenibilità



Personne

Clients, Employees, Community



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

Massimo Belmonte
Direttore Risorse Umane



Obiettivi/Risultati 2023-2025

DIPENDENTI



- Promuovere la **salute sul luogo di lavoro**
- Implementare un nuovo **piano welfare** per i dipendenti
- Incrementare il **numero di ore di formazione**, in particolare sulla sostenibilità
- Agevolare le **pari opportunità a tutti i livelli aziendali**

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

IN CORSO

2023 2024 2025

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

CLIENTI



- Far crescere l'intero **customer care** per farlo diventare **luogo di incontro** speciale per i clienti
- Mantenere **elevatissimi standard** di qualità **di servizio** per i clienti
- Implementare** costantemente i **servizi** offerti ed i **canali di contatto** con l'azienda **per tutti i clienti** al passo con l'evoluzione tecnologica

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

COMUNITÀ



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

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

CONTINUATIVO

2023 ✓ 2024 2025

✓ Obiettivo **raggiunto** ✗ Obiettivo **non raggiunto** a causa di ritardi attribuibili alla pandemia da Coronavirus = Risultato **invariato**

Highlights 2023

Oltre **1.100** le **visite** di prevenzione oncologica **gratuite** svolte in azienda dal 2016

Quasi il **45%** dei dipendenti ha usufruito del **Welfare aziendale**

+67% incremento **ore di formazione** sulla **sostenibilità**

52% la percentuale di **donne** presenti in azienda (+2% dal 2021)

378 i dipendenti al 31.12.2023

DIPENDENTI

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

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

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

99,26% le **consegne a domicilio** dei nostri prodotti effettuate senza errori o ritardi

CLIENTI

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

+40 le **associazioni sostenute** con la donazione di nostri prodotti

+9 le tonnellate di **prodotti alimentari donati**

COMUNITÀ

I dipendenti, persone di famiglia



Italy's Best Employers 2024

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

Tanto che nel 2023 l'azienda è stata inserita per il secondo anno consecutivo tra le prime 20 aziende nella classifica "Italy's Best Employers" stilata da Corriere della Sera e Statista, che premia le aziende con il più alto livello di soddisfazione dei propri dipendenti, posizionandosi al terzo posto.

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

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

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

89,6% dei dipendenti ha un contratto a tempo indeterminato



Il **52%** dei dipendenti è donna (+2% dal 2021). Questo dimostra l'importanza che Fratelli Carli attribuisce anno dopo anno alla valorizzazione della presenza femminile all'interno dell'azienda.

Alla fine del 2023, il personale in forza presso Fratelli Carli era composto da 378 unità, di cui 377 dipendenti diretti ed 1 lavoratore interinale, in riduzione rispetto al 2022. Il 52% dei dipendenti è donna, questo dimostra l'importanza che Fratelli Carli attribuisce anno dopo anno alla valorizzazione della presenza femminile all'interno dell'azienda.

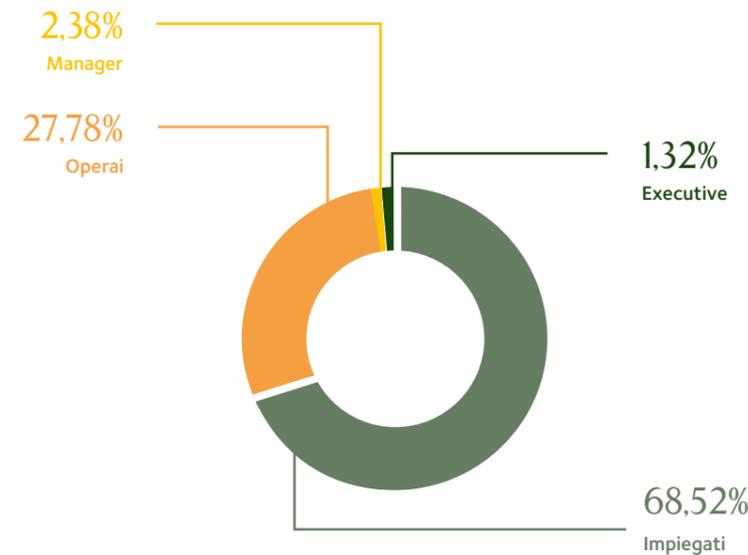
I principi di **non discriminazione, pari opportunità ed eguale dignità e inclusione** sono la base dell'approccio di Fratelli Carli alla diversità. Analizzando le caratteristiche contrattuali dei collaboratori di Fratelli Carli, si nota subito l'attenzione posta dall'azienda verso di loro: infatti, al 31 dicembre 2023 e in linea con l'anno precedente, **l'89,68% del personale era occupato a tempo indeterminato, mentre il 66,4% a tempo pieno**, rispetto al 73% dell'anno precedente.

Dipendenti per genere (2023)



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

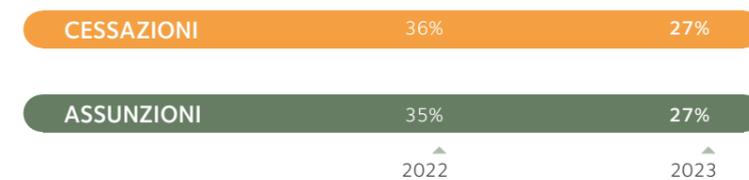
Dipendenti per categoria professionale (2023)



La relazione tra Fratelli Carli e i propri dipendenti si distingue per la fiducia reciproca e la durata, superando il semplice rapporto di lavoro: questo è evidente dalla loro lunga permanenza nell'azienda. Grazie a questa stabilità, il personale ha una base di competenze ben consolidate nella gestione delle operazioni quotidiane. È significativo notare che ben **139 dipendenti sono in azienda da oltre 20 anni**.

Per quanto riguarda il turnover, i tassi mostrano una tendenza simile a quelli degli anni precedenti. Le assunzioni sono influenzate sia dalle mansioni stagionali che dall'apertura di nuovi Empori, mentre le cessazioni sono principalmente legate alla scadenza naturale dei contratti a tempo determinato e degli stessi lavoratori stagionali. Si può notare che il trend delle nuove assunzioni sta portando a un continuo aumento della presenza femminile in azienda (+1.59% rispetto al 2022, +2% rispetto al 2021).

Turnover (tasso di assunzioni e cessazioni)



Il **36%** dei dipendenti è in azienda da oltre 20 anni

Quasi il **45%** ha usufruito del welfare aziendale

Qualità della vita: un bisogno comune

Per il **settimo anno consecutivo**, Fratelli Carli ha mantenuto il suo impegno costante verso il benessere del suo personale attraverso il programma "**Liberi di... Welfare**". Questo piano, basato su flexible benefit, offre una gamma di servizi personalizzati per facilitare la vita quotidiana e migliorare il potere di acquisto dei dipendenti. Tra i benefici inclusi vi sono rimborsi spese per la cura e l'istruzione dei figli, assistenza ai familiari non autosufficienti, protocolli di prevenzione medica e check-up. Inoltre, possono essere generati voucher per prestazioni mediche, viaggi e centri benessere, oltre a buoni spesa spendibili presso i partner convenzionati sul territorio. L'azienda si impegna a garantire un'ampia e diversificata gamma di proposte di welfare, inclusa la stipula di convenzioni con strutture mediche, sportive e centri benessere nella città di Imperia. Nel 2023 si è registrato un aumento nell'utilizzo del welfare da parte dei dipendenti con quasi il 45% dei collaboratori che ha usufruito dei servizi offerti, **con una percentuale di credito welfare convertito – e quindi speso – pari al 39%, (+3% rispetto al 2022)**. Tale incremento è collegato anche alla formazione svolta relativamente al funzionamento dell'offerta welfare al fine di stimolare i collaboratori a usufruire dei servizi disponibili.

Oltre **1.100** le visite di prevenzione oncologica gratuite svolte in azienda a favore dei dipendenti dal 2016

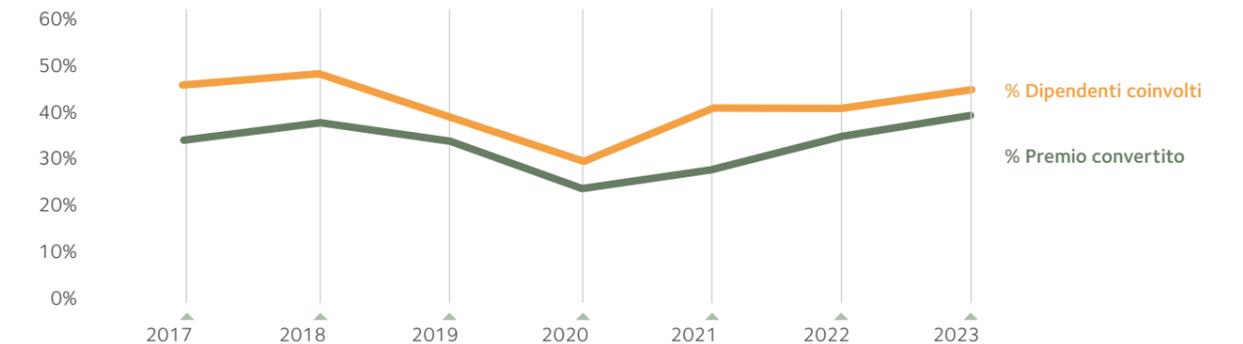
Fratelli Carli riconosce l'importanza di garantire la salute dei suoi dipendenti e di contribuire attivamente al benessere della comunità circostante. Da molti anni infatti offre ai propri dipendenti visite e analisi gratuite, collaborando con associazioni ed enti come la **FIDAS**, l'**Associazione Donatori Sangue Provincia di Imperia**, la **LILT Lega Italiana Lotta Tumori** sezione di Sanremo e l'**ANT Associazione Nazionale Tumori**. Sin dal 2016, viene organizzata la "**Settimana della Prevenzione**", durante la quale vengono offerte gratuitamente visite di prevenzione direttamente sul luogo di lavoro.

Nel 2023 le visite sono state organizzate in collaborazione con la **ANT Associazioni Nazionale Tumori** che ha svolto in azienda oltre 100 visite di prevenzione oncologica gratuite (in particolare per il melanoma e il tumore della tiroide) per i dipendenti in azienda.

Inoltre, nel corso del 2023, l'azienda ha poi aderito al progetto nazionale "Luoghi di lavoro che promuovono salute" (WHP).

Questo programma, sviluppato sul territorio con il supporto della **ASL 1 Liguria** e di **Alisa**, mira a far diventare gli ambienti lavorativi luoghi capaci di promuovere attivamente la salute, attraverso una maggior consapevolezza dello stile di vita sano e dell'importanza della prevenzione.

Piattaforma Welfare Fratelli Carli



Salute e sicurezza: una priorità assoluta

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Il presidio che l'azienda garantisce nei confronti delle tematiche relative alla salute e sicurezza dei lavoratori garantisce il mantenimento di un tasso di infortuni molto basso in azienda: nel 2023 si sono verificati solo 3 infortuni non gravi in azienda.

FRATELLI CARLI E LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

L'attenzione e il rispetto per i diritti umani sono per Fratelli Carli un elemento imprescindibile nella conduzione quotidiana delle operazioni.

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

Crescita professionale

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

Oltre a specifici percorsi di formazione tecnica, in linea con la formazione obbligatoria prevista dal D.Lgs. 81/08, Fratelli Carli, nel 2023, ha provveduto a strutturare ulteriormente il proprio piano formativo, prevedendo corsi di formazione specifici per le principali funzioni aziendali, che hanno coinvolto tra l'altro, i team del CRM, del Retail, del Customer Management, dei Sistemi Informativi.

Oltre a specifici percorsi di formazione tecnica, in linea con la formazione obbligatoria prevista dal D.Lgs. 81/08, Fratelli Carli, nel 2023, ha provveduto a strutturare ulteriormente il proprio piano formativo, prevedendo corsi di formazione specifici per le principali funzioni aziendali, che hanno coinvolto tra l'altro, i team del CRM, del Retail, del Customer Management, dei Sistemi Informativi.

In continuità con il 2022 Fratelli Carli ha visto concretizzarsi un'offerta formativa di valore per le sue risorse in molteplici ambiti. In particolare, all'interno del **Customer Care** sono state sviluppate specifiche competenze come quelle relative all'**interazione con i clienti sui social** o quelle per **costruire e condividere una "Comunità di Pratiche"** e, attraverso lo strumento dell'**Empathy Map** , si è lavorato per migliorare ancora di più l'esperienza offerta al cliente nel corso della sua relazione con l'azienda. In ambito marketing si sono introdotti strumenti come **Mural** e l'**Experience Map**.

Il **framework degli OKR (Objectives and Key Results) con il quale, a partire dal 2023, vengono gestiti gli obiettivi strategici di Fratelli Carli**, ha portato l'adozione di strumenti e metodologie innovative per gestire le azioni messe in campo per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Particolare attenzione, inoltre, hanno avuto la formazione rispetto ai rischi del phishing e le tematiche della cyber security, la gestione delle emozioni nell'attività manageriale e il coaching sulle figure chiave dei vari reparti.

In linea con l'anno precedente, nel 2023 Fratelli Carli ha continuato ad **incrementare le ore di formazione** dedicate al proprio personale, raggiungendo un totale di **5.767,35 ore** rispetto alle 4.357,55 ore del 2022, in aumento del 32% circa.

L'azienda ha garantito piena conformità ai requisiti normativi in materia di formazione sulla salute e sicurezza, nonché gli aggiornamenti relativi alla formazione tecnica degli operatori di stabilimento e alla gestione dei dati e della privacy.

La **formazione sulla sostenibilità riveste sempre maggiore importanza** per Fratelli Carli: nel corso del 2023 non solo si è registrato **un incremento del 67%** rispetto al 2022 delle ore dedicate a questi temi, ma si è lavorato molto per offrire strumenti e modalità innovative per l'erogazione dei contenuti.

In termini di ore medie di formazione, le donne hanno beneficiato di 18 ore ciascuna, mentre gli uomini hanno raggiunto una media di 12 ore.

5.767 ore di formazione per i dipendenti

 Per approfondimenti riguardo allo strumento dell'Empathy Map, si veda il paragrafo "Storie di Sostenibilità: Un customer care empatico che ha a cuore la relazione con i nostri clienti" a pag 70.



STORIE DI SOSTENIBILITÀ

Innovare la nostra formazione interna sulla sostenibilità



Claudia Carli Responsabile Comunicazione Corporate
Federico Calzamiglia Direttore Operations
Patrizia Sacco Sustainability & B Corp Coordinator

La sfida che abbiamo affrontato

La formazione è da sempre un pilastro fondamentale della nostra strategia aziendale: investire per far crescere le competenze e la consapevolezza non solo ci permette di affrontare le sfide del presente, ma ci rende anche attori attivi nel plasmare il futuro dell'azienda. Forti di questa convinzione abbiamo lavorato, in questi anni, per incrementare costantemente anche la formazione interna sui temi ESG (+67% di ore nel 2023) e per renderla sempre più efficace ed esaustiva. Ma come fare per farla diventare più coinvolgente e ingaggiante per tutti i nostri dipendenti e collaboratori? Questa sfida ci ha stimolato ad innovare il modo in cui progettare ed erogare la formazione interna sulla sostenibilità.

+67% ore di formazione interna sui temi ESG

Il cambiamento che abbiamo apportato

Quest'anno il Comitato di Sostenibilità ha lavorato per dare un nuovo volto agli incontri di formazione, coinvolgendo i partecipanti sia prima che durante le sessioni di formazione.

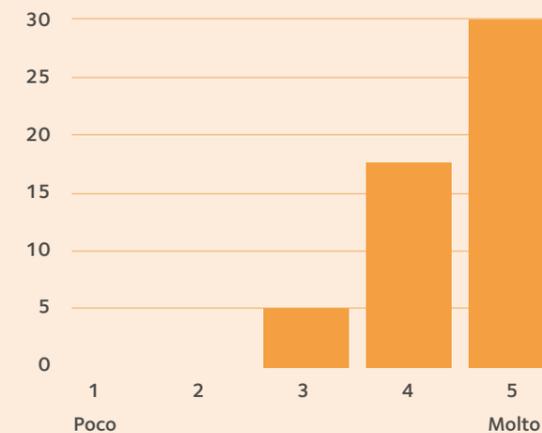
È nato così il questionario intitolato **"Il nostro Progresso Responsabile: la tua opinione è importante!"** che ha raccolto le impressioni, i giudizi ed i suggerimenti dei collaboratori sul Report di Sostenibilità dell'azienda e sulle attività e gli obiettivi del Piano di Sostenibilità. Temi che sono stati poi discussi insieme nel corso dei diversi incontri formativi.

Risposte dei dipendenti al questionario

Quale tra i nostri cinque Pilastri della sostenibilità ti ha interessato di più?



Quanto ritieni importante il tema della sostenibilità per il futuro della Fratelli Carli?

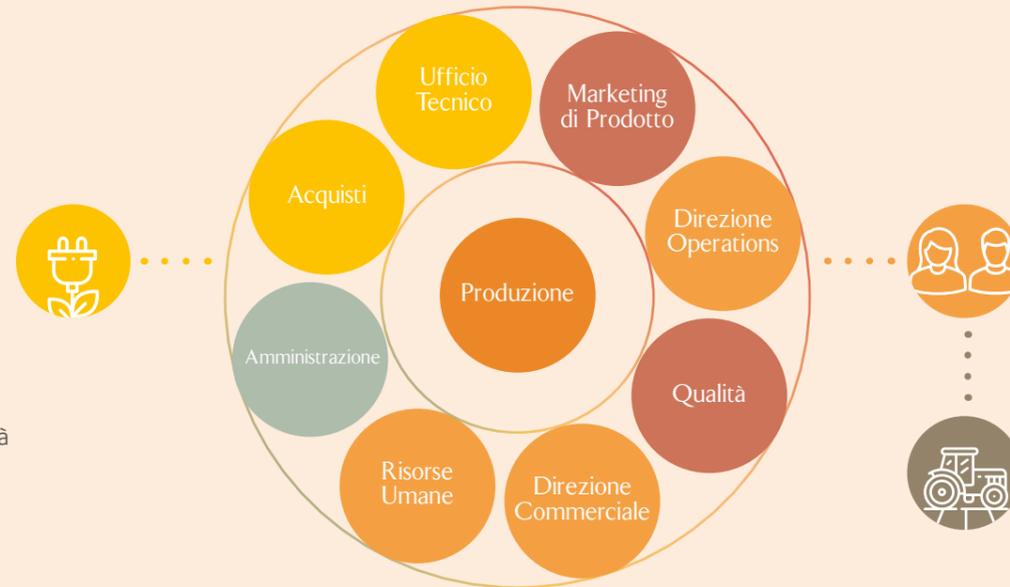


Più siamo capaci di raccontare alle nostre persone le storie dei progetti e delle iniziative in corso, di rappresentare gli ostacoli affrontati ed i progressi fatti, più possiamo creare cultura della sostenibilità e consapevolezza.

Che cosa abbiamo imparato

L'adozione di una nuova modalità per condividere internamente le attività del nostro Progresso Responsabile ha saputo rendere i concetti più accessibili e tangibili. Ci siamo resi conto di come l'utilizzo di una narrazione strutturata, il coinvolgimento e la richiesta di feedback abbiano ispirato un forte senso di appartenenza e grande partecipazione: ingredienti indispensabili per affrontare insieme le sfide future.

Ma abbiamo fatto ancora un passo in più. La **formazione** in aula è stata preparata **con l'approccio dello storytelling**, anziché con la modalità tradizionale di presentazione, riuscendo così a trasmettere, in modo accurato e coinvolgente, le molte e fondamentali interconnessioni tra le diverse funzioni e reparti, necessarie per raggiungere sui temi di sostenibilità quei risultati che l'azienda si pone e che spesso sanno andare oltre le aspettative.



La comunità, il nostro mondo



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

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

Nel 2023, l'azienda ha confermato il proprio **impegno verso la comunità locale** attraverso **donazioni dei propri prodotti a oltre 40 associazioni, parrocchie ed enti benefici, per un totale di più di 9 tonnellate di merce.**

Acqua WAMI. L'acqua con una missione

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



Attraverso il QR code presente sull'etichetta, è possibile conoscere subito la famiglia alla quale è stata garantita l'acqua e scoprire di più sui paesi coinvolti. Grazie a questa collaborazione, nel corso del 2023, Fratelli Carli ha contribuito a **far arrivare 2.268.000 litri di acqua a comunità** che non avevano accesso a questa risorsa.



2.268.000 litri di acqua
potabile garantiti
a progetti idrici

Progetto Informafood

Nell'ambito del **progetto Informafood**, che prevede iniziative volte alla promozione del recupero e della distribuzione delle eccedenze alimentari nella città di Imperia, l'azienda ha contribuito all'**acquisto di un mezzo di trasporto da donare alla Caritas locale** per l'approvvigionamento delle derrate alimentari da distribuire alle persone indigenti.

La **cooperativa Diana**, che ha coordinato questa iniziativa, si è occupata della sensibilizzazione degli esercenti locali per la redistribuzione degli avanzi della giornata e di una serie di incontri e laboratori nelle scuole per far riflettere i più giovani sull'utilizzo consapevole del cibo per evitarne lo spreco.

I regali di Natale ai figli dei dipendenti

Sono ormai molti anni che i **doni natalizi per i figli dei dipendenti** vengono scelti in modo che siano un **gesto di solidarietà**, oltre che un momento di felicità.

A partire poi dal 2021 si è scelto di sostenere più di una associazione, guardando sempre soprattutto alle necessità dei bambini. I doni natalizi hanno così contribuito, quest'anno, alle attività della **Lega del Filo d'Oro**, della **Fondazione Dynamo Camp**, dell'**Associazione medici con l'Africa CUAMM** e di **Unicef**.

I clienti

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

Questo avviene attraverso il modello di distribuzione a domicilio, che da sempre caratterizza l'azienda, e attraverso i 20 negozi monomarca: due modalità di vendita che consentono a Fratelli Carli di instaurare una **relazione familiare con ogni cliente.**

L'attenzione rivolta alle necessità e ai desideri dei clienti permette di soddisfare le loro esigenze ed entrare nelle loro case come **gli "amici di sempre"**. Da oltre un secolo, il team del Customer Care ha sviluppato un rapporto di fiducia basato sull'esperienza e sulla capacità di vivere lo "spirito" di Fratelli Carli, che oggi viene premiato anche dai più moderni sistemi di valutazione su web, come per esempio Trustpilot, dove l'azienda ha un giudizio "Eccellente" su tutti i mercati.



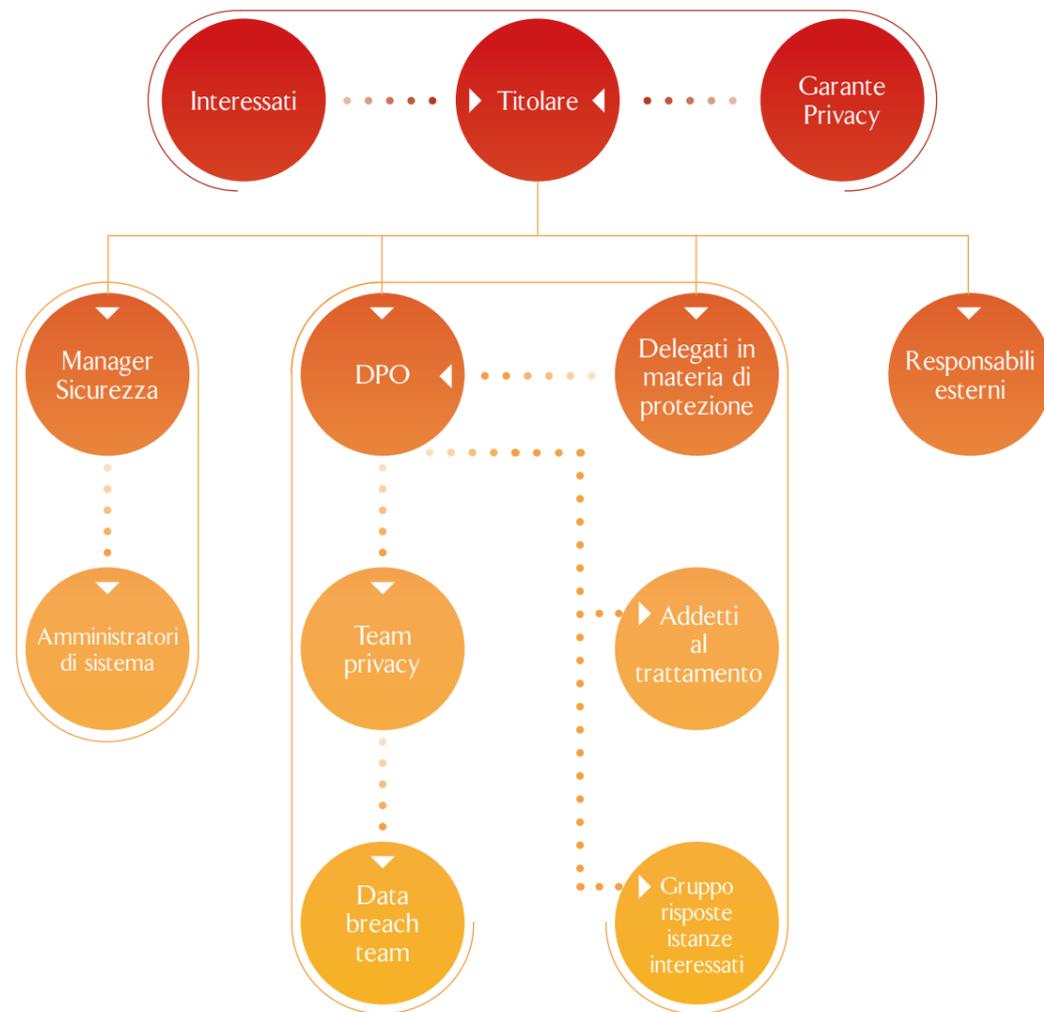
Una relazione certificata

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

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



Il modello organizzativo della privacy di Fratelli Carli



L'organigrama SGSI



Un'experience unica per i clienti

Otto siti web, caratterizzati da un design innovativo e basati su tecnologia totalmente responsive, rappresentano il portale attraverso il quale Fratelli Carli si presenta ai propri clienti in ciascun mercato in cui l'azienda opera. Questi rappresentano il tassello fondamentale di un più ampio processo di trasformazione intrapreso da Fratelli Carli, per creare una brand experience capace di soddisfare tutte le esigenze della propria clientela e, proprio in quest'ottica, è stato avviato lo studio per la riprogettazione di tutti i siti

aziendali in modo che risultino ancora più innovativi e completi nel fornire servizi e contenuti. Un percorso che persegue l'obiettivo di integrare sempre più efficacemente i canali di contatto tradizionali e digitali, che vanno dal telefono al web, dalla mail alle chat e agli sms, fino agli Empori presenti sul territorio, per offrire un servizio al passo con i tempi mantenendo radicate le solide tradizioni dell'azienda.

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

Un cambiamento tecnologico e gestionale che ha coinvolto l'intera organizzazione aziendale e che ha visto la nascita di una partnership con Salesforce per il sistema di CRM, che gestisce tutte le relazioni con i clienti.

Per migliorare ulteriormente il servizio, nel 2023 Fratelli Carli ha ampliato le opzioni di pagamento disponibili, integrando il sistema di pagamento a rate Klarna, oltre ai sistemi di pagamento elettronico Paypal e Amazon Pay.

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

Il Customer Care

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

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

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

Per far sì che la capacità di rispondere a tutte le esigenze e le richieste dei clienti, qualunque sia il canale utilizzato o la nazione di provenienza, rimanga sempre di altissimo livello, **abbiamo continuato il percorso di arricchimento e miglioramento degli skill delle persone dedicate al Customer Care.**

Un servizio di eccellenza che ha permesso a Fratelli Carli di essere presente nella classifica degli Italy's Best Customer Service 2023-2024, stilata da il Corriere della Sera e Statista.



67.778 le risposte date ai clienti via lettera o email

60 addetti al Customer Care

Nell’ottica di rispondere sempre più puntualmente alle nuove esigenze dei clienti che si relazionano con l’azienda attraverso i canali digitali, ha preso il via un innovativo progetto di Marketing Automation.

Il piano di e-mail marketing 2023

Data la forte fidelizzazione della base clienti, Fratelli Carli si relaziona con consumatori “tradizionali” che apprezzano il contatto cartaceo, ma anche con consumatori “moderni” e digitali.

Per rispondere alle esigenze dei clienti anche in termini di canale di contatto e relazione, Fratelli Carli affianca all’invio dei listini cartacei un piano di e-mail marketing con obiettivi di vendita e di conoscenza del brand.

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

Inoltre, nel 2023 è proseguito il **progetto pilota** di e-mail marketing avviato nel 2022 sul territorio tedesco e sul territorio italiano con l’obiettivo **di sostituire progressivamente la comunicazione cartacea con una modalità prevalentemente digitale.**

L’elaborazione del piano si pone altresì l’obiettivo di ampliare i canali di comunicazione con i clienti, puntando su un coinvolgimento più diretto e costante: sia l’e-mail marketing sia i listini cartacei **indirizzano i clienti a visitare i siti web che permettono di raccontare la sostenibilità in maniera più ampia e coinvolgente dei singoli mezzi di contatto.** Nell’anno di rendicontazione, tale progetto ha visto una forte accelerazione soprattutto sul territorio italiano, dove si sono registrati risultati positivi.

Nell’ottica di rispondere sempre più puntualmente alle nuove esigenze dei clienti che si relazionano con l’azienda attraverso i canali digitali, ha preso il via un **innovativo progetto di Marketing Automation**, che si svilupperà nei prossimi mesi. L’obiettivo è quello di ottimizzare tutti i processi di marketing, arrivando al cliente sempre al momento giusto, con un’offerta ed un servizio che rispondano pienamente alle sue aspettative.

STORIE DI SOSTENIBILITÀ

Un Customer Care empatico che ha a cuore la relazione con i nostri clienti



Gianpietro Forte
Responsabile Customer Management

Federico Calzamilia
Direttore Operations

La sfida che abbiamo affrontato

L'empatia è un elemento chiave di un servizio eccellente per la cura dei clienti. In un mondo sempre più digitale, il Customer Care gioca un ruolo cruciale nel mantenere la soddisfazione e la fedeltà dei clienti e questo non è facile. Negli ultimi due anni abbiamo lavorato con modalità e strumenti innovativi per far crescere le persone del nostro Customer Care professionalmente ed umanamente.

Vivono il loro ruolo nella dimensione collettiva ed aggregante di una "Comunità di Pratiche" e condividono strumenti di lavoro ed esperienze. Uno degli strumenti più efficaci per migliorare l'empatia verso i clienti è l'utilizzo delle **Empathy Map** che li rappresentano. **La mappa è organizzata in 4 quadranti** che ci aiutano a comprendere meglio **che cosa dice, che cosa pensa, che cosa fa e che cosa sente il cliente**, nel momento in cui entra in relazione con il nostro Customer Care.

Il cambiamento che abbiamo apportato

Integrare questo strumento nella pratica quotidiana non è privo di sfide: ecco come le abbiamo superate. Abbiamo attivato dei **laboratori formativi** coinvolgendo gli **operatori del Customer Care**, in particolare i ruoli a diretto contatto telefonico con il cliente. Durante i laboratori gli operatori hanno analizzato la loro esperienza di relazione con i clienti, elaborando le emozioni e le motivazioni di chi si rivolge al Customer Care.

Gli operatori hanno lavorato in team confrontandosi tra loro e, utilizzando lo strumento dell'Empathy Map, hanno raggiunto l'obiettivo di personalizzare l'approccio al cliente per rendere sempre migliore l'esperienza con il mondo Fratelli Carli.

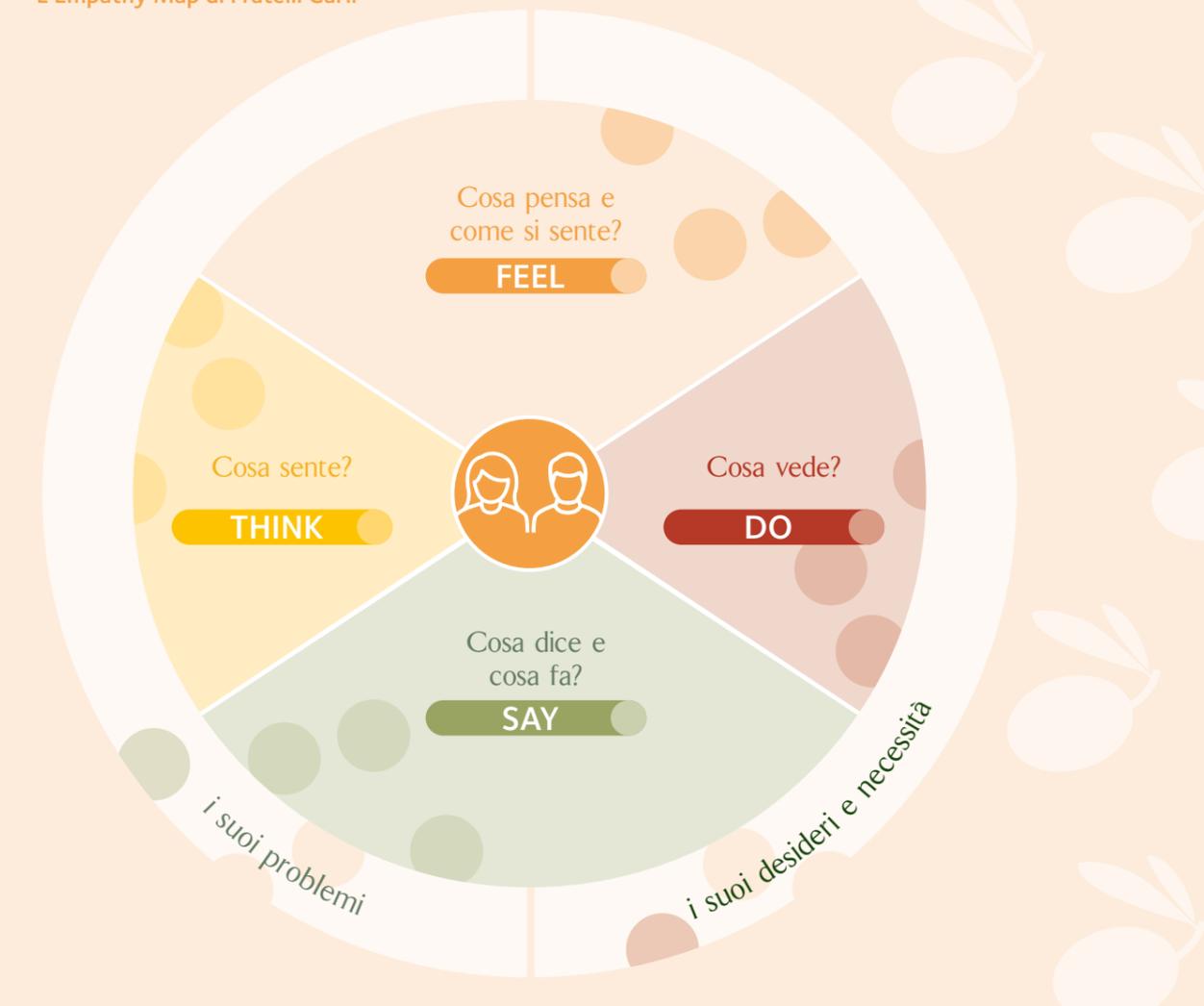
Che cosa abbiamo imparato

Per tutti noi, da sempre, **il cliente è al centro del nostro impegno quotidiano** e il Customer Care, in particolare, forte dell'esperienza e della tradizione di oltre cento anni, sa offrire un servizio eccellente.

Abbiamo voluto accogliere la sfida di andare oltre, di **adottare nuovi strumenti**, di sperimentare per guardare il lavoro da nuove prospettive e poterci ancora migliorare. Non era una scelta scontata, ci siamo messi in gioco ed i nostri sforzi alla fine sono stati premiati.

Siamo cresciuti ancora con le nostre persone, sia nella cura del servizio che in spirito di squadra, rivolto sempre alla soddisfazione dei nostri clienti. Viviamo questa missione tutti i giorni.

L'Empathy Map di Fratelli Carli



L'Empathy Map è organizzata in **4** quadranti basati su cosa il Cliente Dice, Pensa, Fa e Sente.



Prodotti e Materiali

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



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

Marta Gorlero
Responsabile Marketing e
Sviluppo Prodotto

Marcello Porro
Responsabile Confezionamento e
Magazzini

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio
Acquisti



Obiettivi/Risultati 2023-2025



- Continuare ad **offrire sempre nuove specialità alimentari** preparate con il saper fare della **tradizione mediterranea**, utilizzando pochi e semplici **ingredienti di altissima qualità**, come fatte in casa
- Portare al **55%** le **linee di prodotto analizzate con la metodologia di valutazione Sustainability Life Cycle Assessment (SLCA)** per quantificare gli impatti ambientali, sociali ed economici dei prodotti
- Monitorare attentamente e costantemente gli **aspetti nutrizionali, di sicurezza e qualità** dei nostri prodotti, per assicurare sempre il massimo livello di eccellenza ai nostri clienti

CONTINUATIVO



CONTINUATIVO



CONTINUATIVO



- Rinnovare costantemente il **pack primario e secondario** dei prodotti e degli omaggi perseguendo un miglioramento continuo in termini di sostenibilità
- Incrementare la percentuale di **materiali, materie prime e specialità alimentari con Certificazioni di sostenibilità** e/o prodotte da aziende certificate **B Corp** o **Società Benefit**

CONTINUATIVO



CONTINUATIVO



Highlights 2023

9

i nuovi prodotti sviluppati

50%

le linee di prodotto con SLCA

3.925

le analisi svolte su tutti i nostri prodotti

3.194

le analisi di prodotto svolte dal nostro Laboratorio interno

PRODOTTI

-7%

la percentuale di riduzione di CO₂ per le nuove etichette Olio EVO Classico

99,96%

la percentuale di cartone FSC utilizzato per tutti i pack

1,10%

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

MATERIALI

100%

la percentuale di materiali riciclabili nel pack dei nostri oli

Solo prodotti di altissima qualità



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

Sicurezza, qualità e comunicazione: garanzia di successo

Per rispettare gli standard prefissati, Fratelli Carli segue un rigoroso **programma di garanzia della qualità**, adeguatamente documentato. L'azienda, oltre alle opportune e regolamentate **verifiche di legge**, conduce anche tutte le analisi chimico-fisiche specifiche su ogni lotto di olio di oliva nel proprio **laboratorio interno**. Questa attività garantisce che ogni bottiglia sia accompagnata dal **Certificato di Garanzia** Carli. Nel Certificato sono dettagliati tutti i parametri chimico-fisici e organolettici: una vera e propria carta di identità di tutti gli Oli Carli. I clienti possono ritrovare anche sul sito le stesse informazioni, comprese quelle sulla tracciabilità degli oli, attraverso il lotto stampato sulla confezione. La tracciabilità è parte integrante del sistema di gestione della qualità – un impegno concreto e costante verso i clienti: in questo modo, ciascuno può conoscere in maniera semplice e veloce informazioni chiave come la data di confezionamento, le zone di molitura e le caratteristiche organolettiche.

Fratelli Carli nel suo **sistema di gestione per la sicurezza alimentare** rispetta i principi del Codex Alimentarius e del Regolamento CE 852/2004, effettuando un'**analisi approfondita dei pericoli e dei rischi connessi**, definendo quali pericoli (fra chimici, fisici e microbiologici) possono essere rilevanti per le diverse tipologie di prodotto. La sicurezza è una priorità fondamentale per l'azienda che guida le sue scelte sin dalla **selezione delle materie prime**, individuate secondo criteri di elevata sicurezza e qualità. Fratelli Carli mantiene relazioni stabili con i fornitori di fiducia, con i quali collabora per garantire gli alti standard di qualità attraverso costanti controlli in conformità con i requisiti di legge e con i propri standard interni.

3.194 analisi svolte dal laboratorio interno

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



Giulia Olivero
Controllo Qualità e HACCP

Oltre a garantire la sicurezza delle materie prime, Fratelli Carli si impegna a tutelare la qualità e la sicurezza di tutti i processi produttivi fino ai propri clienti. Nel triennio 2021-2023, non è stato segnalato alcun episodio che abbia generato un impatto negativo sulla salute dei consumatori associato ai prodotti dell'azienda. Accanto alla garanzia di un prodotto di eccellenza, Fratelli Carli promuove lo sviluppo di una comunicazione responsabile, capace di fornire ai propri clienti le giuste informazioni in etichetta, non solo per conformità alla normativa, ma anche per promuovere scelte consapevoli di consumo con informazioni nutrizionali chiare e trasparenti.

Nel triennio 2021-2023 non sono stati riscontrati casi di non conformità con normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di marketing ed etichettatura relative ai prodotti dell'azienda.

RICETTE CORTE: SICUREZZA, QUALITÀ, GENUINITÀ E NATURALITÀ



ricetta corta

Da sempre le ricette Fratelli Carli sono semplici e genuine, come fatte in casa. Pochi ingredienti, esclusivamente naturali e di altissima qualità, a partire dall'Olio Carli che le rende uniche. Tutti i prodotti vengono sviluppati con cura e racchiudono in sé la storia dell'azienda: tradizione mediterranea, altissima qualità senza compromessi, attenzione alle persone e all'ambiente. Le Certificazioni MSC, Dolphin Safe, SQNPI Sistema Nazionale Qualità Produzione Integrata, e BIO, attestano questa grande attenzione.

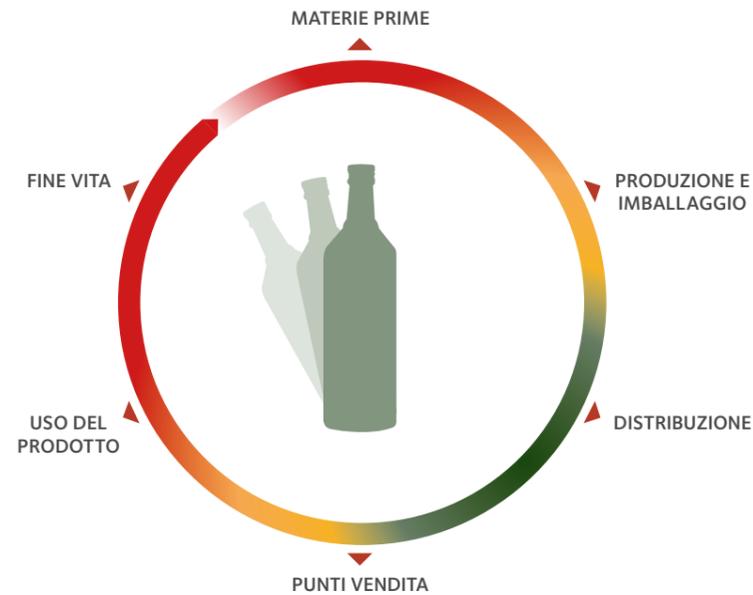
Il rapporto diretto e personale con tutti i fornitori, selezionati attentamente e coinvolti pienamente nel percorso di sostenibilità dell'azienda, permette di condividere con tutta la supply chain i medesimi valori. Ad oggi già due tra i più importanti fornitori di specialità alimentari hanno ottenuto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



Analisi SLCA, conoscere per migliorare: un impegno condiviso

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

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



PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ

PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ	Materie prime	Produzione e pack	Distribuzione	Uso del prodotto	Fine vita
Principio 1 Nella società sostenibile, la natura non è soggetta a sistematico aumento di concentrazione di sostanze estratte dalla crosta terrestre	0	1	2	3	4
Principio 2 Nella società sostenibile, la natura non è soggetta a sistematico aumento di concentrazione di sostanze prodotte dalla società	1	2	3	4	5
Principio 3 Nella società sostenibile, la natura non è soggetta a sistematico aumento di degrado per mezzi fisici	2	3	4	5	6
Principio 4 Nella società sostenibile, le persone non sono soggette a condizioni che sistematicamente compromettono la loro capacità di soddisfare i propri bisogni	3	4	5	6	7



A partire dal 2012, l'analisi SLCA viene regolarmente condotta per monitorare l'evoluzione conseguente agli interventi migliorativi in tema di sostenibilità. L'analisi copre il 50% di tutte le linee di prodotto, che corrispondono all' 83% del totale del fatturato.

Analisi del ciclo di vita per l' **83%** del fatturato dei prodotti

Analisi LCA dei nostri prodotti

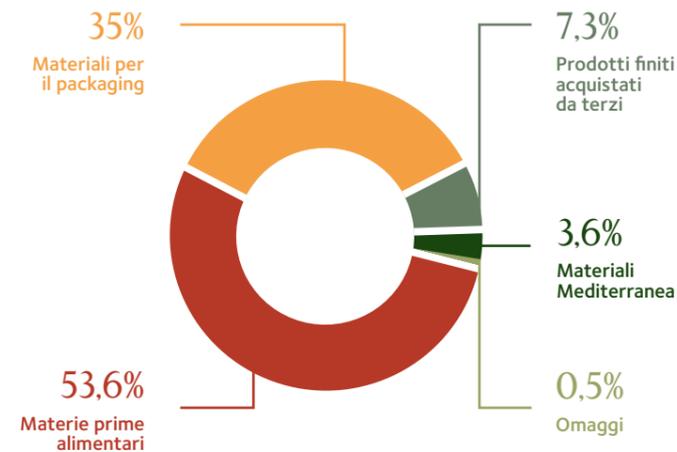
Per acquisire una completa consapevolezza del proprio rapporto con l'ambiente è fondamentale, per un'azienda che vende prodotti alimentari, conoscere l'impatto che i propri prodotti hanno sull'ecosistema. Ciò equivale a comprenderne le implicazioni lungo l'intera catena del valore facendo affidamento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

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

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

Guardando alla sola impronta carbonica dei prodotti (una delle aree di impatto presa in esame nel LCA), la maggior parte della CO₂ (il 78% per l'Olio e il 93% per il Tonno) si concentra nelle fasi di produzione *upstream* (rispettivamente, la coltivazione e la pesca, insieme alle lavorazioni), prima che la materia prima venga affidata a Fratelli Carli.

Materiali / Prodotti in peso - 2023



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

99,96% il cartone certificato FSC in tutti i nostri pack

53,6% materie prime alimentari

In linea con lo scorso anno, nel 2023 il peso di materiali/prodotti consumati è relativo per la maggior parte a **materie prime alimentari** (53.6%), la cui quasi totalità è relativa all'**olio di oliva** (92,3%). La quantità di materie acquistate per il packaging è pari al 35%, mentre i prodotti finiti acquistati dall'azienda sono pari al 7,3% del totale dei materiali/prodotti acquistati. I materiali Mediterranea, infine, si attestano al 3,6%. Solo lo 0,5% è invece attribuibile agli omaggi acquistati, il cui quantitativo registrato è stato nettamente inferiore rispetto al 2022 (-79%).



STORIE DI SOSTENIBILITÀ

Non solo saper fare, ma saper fare bene...responsabilmente



Marta Gorlero
Responsabile Marketing e Sviluppo Prodotto

Eleonora Drago
Product Manager

Cinzia Gregorutti
Product Manager

La sfida che affrontiamo ogni giorno

Offrire ai nostri clienti di tutte le nazioni servite **blend unici**, creati unendo sapientemente oli selezionati da olive sane e raccolte al giusto punto di maturazione, e **specialità alimentari buone come fatte in casa con pochi ingredienti genuini e naturali**, che soddisfino i gusti e le esigenze dei nostri clienti: questi sono gli obiettivi che da oltre 110 anni abbiamo deciso di perseguire quotidianamente.

Ben **9** nuovi prodotti sviluppati nel corso del 2023

Impegni che abbiamo voluto far diventare **fondanti** per la nostra attività, tanto da inserirli all'interno del nostro Statuto di Società Benefit come nostre **Finalità di Beneficio Comune**, insieme al perseguimento della sostenibilità a 360° per fornitori, clienti, materie prime e materiali di pack.

Eliminazione della finestra in plastica trasparente dalle confezioni di pasta, in favore di un pack **100%** in carta riciclabile

Il cambiamento che stiamo apportando

Nel corso del 2023 abbiamo **sviluppato ben 9 nuovi prodotti** ma non solo....

Raccogliendo la sfida di rispondere sempre meglio alle esigenze dei clienti, da una parte, e di **studiare pack sempre più funzionali e sostenibili**, dall'altro, per il progetto di rivisitazione del pack delle nostre Paste di Gragnano, in vendita all'estero, abbiamo deciso di partire proprio dal punto di vista dei clienti.

È nato così un piccolo questionario che è stato inviato a tutti i consumatori della nostra pasta.



I risultati hanno promosso a pieni voti la nostra proposta di eliminare la finestra in plastica, che permetteva di poter "vedere" il prodotto, in favore di una confezione 100% in carta riciclabile che, ad oggi, è già entrata in produzione.

Quest'anno, poi, abbiamo intrapreso **un progetto sfidante di ampio respiro**, che riguarderà molte delle nostre specialità. L'obiettivo è quello di **valorizzare l'ampiezza e la profondità della nostra offerta**, portando ogni categoria di prodotto a **comunicare ai nostri clienti**, con chiarezza e immediatezza, la sua specificità ed **eccellenza** insieme al valore della firma "Fratelli Carli" in termini di **qualità, serietà e sostenibilità**.

Un lavoro impegnativo che proseguirà senza sosta nei prossimi mesi per arrivare quanto prima possibile nelle case dei nostri clienti.

Che cosa abbiamo imparato

Da sempre, la nostra azienda si distingue per la serietà e per l'attenzione verso i suoi clienti e verso il mondo che ci circonda. **La chiarezza di intenti della nostra "governance di sostenibilità"**, costruita in questi anni e condivisa con tutte le risorse interne e con l'intera supply chain, **ha saputo amplificare la forza di questi valori** e mettere in campo, attraverso un convinto lavoro di squadra, un **processo di innovazione costante con risultati spesso sorprendenti**.

Materiali: riciclabili, biodegradabili, rinnovabili

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

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

L'azienda ha scelto, ormai da tempo, di appoggiarsi, per l'approvvigionamento di carta e cartone, a filiere certificate secondo lo standard FSC che assicura una gestione responsabile delle foreste. Nel corso del 2023, inoltre, è stato completato il processo di rinnovamento delle confezioni per le proprie specialità "in vaso" iniziato l'anno precedente. Questi pack sono stati completamente riprogettati, utilizzando per tutti il cartone avana e ripensando profondamente le grafiche al fine di ridurre e semplificare l'utilizzo degli inchiostri. Tale iniziativa è stata implementata con l'obiettivo di creare soluzioni a minor impatto ambientale. È in fase di implementazione anche la rivisitazione dei pack dei prodotti "non in vaso" per far diventare anche questi cartoni avana ad un solo colore.

L'attenzione e l'impegno alla diminuzione della plastica acquistata per i processi e il packaging di prodotto e alla sostituzione di quella rimanente con materiale riciclato, ha prodotto negli ultimi anni risultati considerevoli: ad oggi, infatti, sul totale del peso di tutti i materiali acquistati dall'azienda, la plastica incide solo per l'1,10%.

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

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

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

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

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

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

Approfondendo la dimensione di cambiamento climatico, è possibile stimare che il risparmio in termini emissivi dell'utilizzo delle nuove scatole Avana, considerando i volumi di produzione annuali, abbia consentito di evitare l'emissione di circa **109 t CO₂e all'anno****.



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

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

Un risultato di valore rafforzato ulteriormente nel 2023 con la **riprogettazione del pack primario per la linea della pasta di semola di grano duro**, che ha portato all'**eliminazione della "finestra" in plastica** e ad un **sacchetto 100% in carta riciclabile**.



Il **restyling delle nuove etichette dell'Olio Extra Vergine Classico e Fruttato**, inoltre, ha permesso, grazie alla stretta collaborazione con il fornitore, una riduzione complessiva degli impatti ambientali della carta e degli inchiostri, che si traduce in una **diminuzione delle emissioni di CO₂ pari al 7%**.

1,10% il peso della plastica sul totale del peso di tutti i materiali di processo e di packaging acquistati

100% cartone FSC per le confezioni di tutti i nostri oli

-7% Co₂ per le etichette degli Oli Extra Vergine Classico e Fruttato

L'adozione, inoltre, di **plastica riciclata al 100% per tutti i riempitivi delle spedizioni estere, del passaggio, per tutte le vaschette delle linee focaccia, ad una plastica PET riciclata al 90%** e la **reingegnerizzazione del supporto tecnico delle etichette dei prodotti in vaso che ha permesso di eliminare completamente la pellicola di sostegno in glassine**, materiale non differenziabile che richiede un complesso processo di smaltimento, con un supporto in plastica 100% riciclabili, hanno contribuito all'obiettivo di diminuzione della plastica utilizzata nei processi e per il pack.

90% plastica PET riciclata per le vaschette delle linee focaccia

La certificazione Cradle to Cradle

Nel Centro Stampa dell'azienda, gli inchiostri per la stampa offset – tutti a base vegetale – utilizzati per preparare gli oltre 10 milioni di stampati che annualmente sono destinati ai clienti, **sono certificati Cradle to Cradle** (dalla culla alla culla). Tale standard fornisce ai produttori un sistema di rating che permette di realizzare prodotti in grado di migliorare la qualità della vita e dell'ambiente. Questi vengono valutati rispetto a molteplici aspetti che impattano sulla salute dell'uomo e dell'ambiente: qualità e sostenibilità dei materiali, riutilizzo, energia ed emissioni, risorse idriche ed equità sociale.



STORIE DI SOSTENIBILITÀ

I dati di sostenibilità e l'innovazione del nostro ESG Data modeling



Eric Campagna
Data Scientist & B.I.

Renata Leotta
Coordinamento Logistica

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio Acquisti

La sfida che abbiamo affrontato

Nel cuore della nostra missione volta alla sostenibilità, abbiamo intrapreso un **ambizioso percorso interno** per la **costruzione di una governance strutturata dei dati ESG** (ambientali, sociali e di governance). Questi dati, necessari per una governance di sostenibilità efficiente, sono diffusi trasversalmente in ogni funzione aziendale e spesso sono di non facile reperimento.

Per questo dunque era necessario un passo in avanti affinché tutte queste informazioni diventassero disponibili attraverso un processo condiviso e digitalizzato.

Il cambiamento che abbiamo apportato

Siamo partiti dall'**accurata mappatura di tutti i dati di sostenibilità dell'azienda con evidenza della fonte, della funzione responsabile, delle interconnessioni, oltre che dei criteri di accettabilità e certificabilità.**

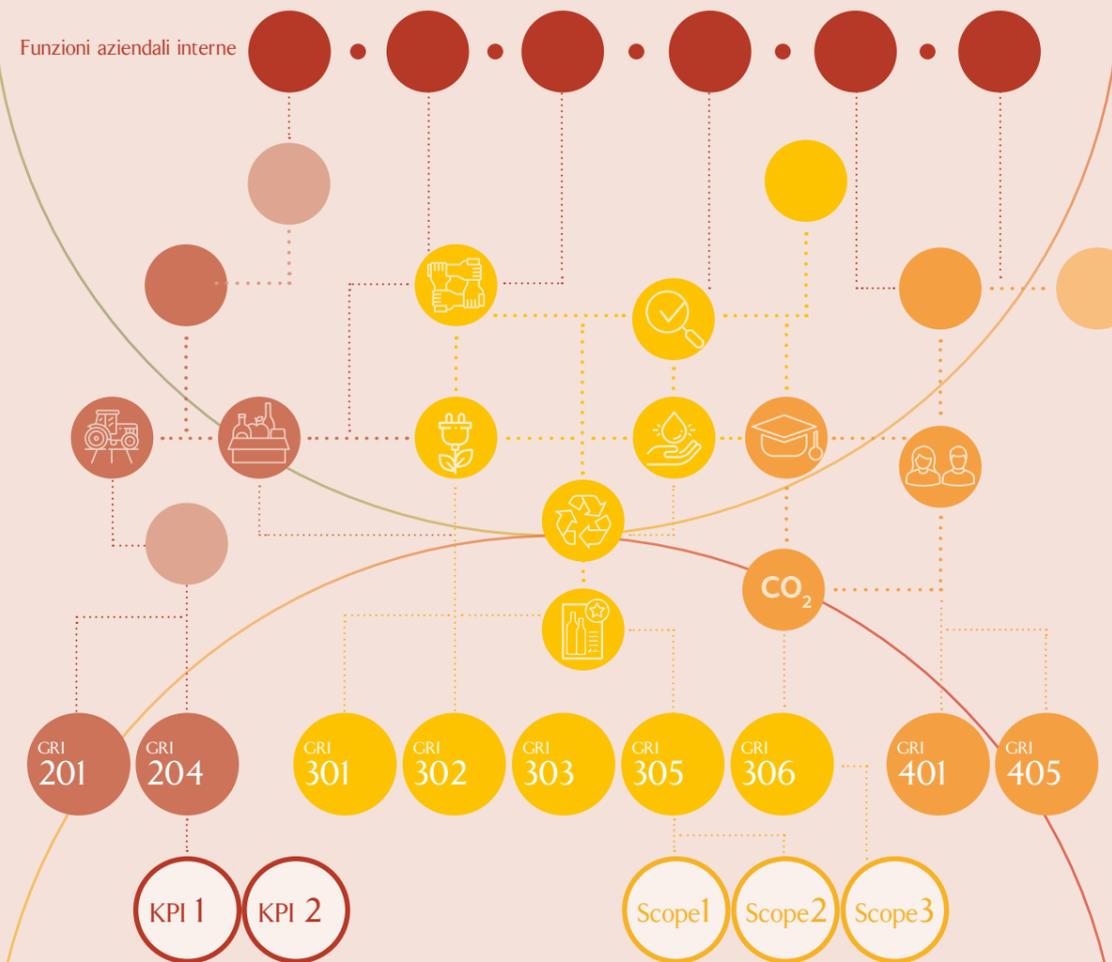
Da questo punto fermo è partito il **primo step del progetto di "modellazione dei dati"**, che ha preso in considerazione il **set di dati relativi al pilastro dei Materiali e Prodotti.**

Attraverso un **lavoro di squadra dedicato e coordinato**, è stato **definito il tracciato dei dati ESG per tutti i materiali, le materie prime ed i prodotti finiti** acquistati e venduti dall'azienda, in modo da garantirne integrità e accuratezza dell'informazione. Nei prossimi mesi è prevista l'implementazione di tutte queste dettagliate informazioni sui sistemi aziendali e la **realizzazione di un Data Warehouse che ne permetterà la completa integrazione**, restituendo le analisi e gli indici richiesti dalla governance della sostenibilità.

Realizzazione di **1** Data Warehouse che permetterà la completa integrazione di tutte le informazioni sui sistemi aziendali

Mappatura dati di sostenibilità

Funzioni aziendali interne



Che cosa abbiamo imparato

Ciò che rende questo progetto unico è il fatto che tutto il **lavoro nasce e si sviluppa all'interno dell'azienda con la collaborazione sinergica di diverse aree aziendali**: dall'amministrazione all'ufficio acquisti, dalla logistica ai sistemi informativi, dal marketing di prodotto all'ufficio tecnico, dai reparti produttivi alla funzione sostenibilità. Insieme siamo riusciti a sfruttare al meglio le nostre competenze e le nostre risorse e a condividere non solo le informazioni, ma **anche lo scopo e lo spirito del progetto e questo ha fatto crescere ancora di più la nostra sensibilità verso questi temi.**

Ed è solo l'inizio perché il nostro obiettivo finale è arrivare a costruire un sistema completo di ESG data governance e data modeling per tutti i dati di sostenibilità aziendale.



LA SOSTENIBILITÀ DEGLI EMPORI CARLI

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

Una scelta strategica, iniziata con l'apertura degli Empori di Alba, Vicenza e Treviso e proseguita, nel 2023, con il rifacimento dell'Emporio di Monza, ma che verrà applicata gradualmente a tutti gli Empori, orientata alla riduzione dell'impatto ambientale dei punti vendita. Gli interventi, nello specifico, hanno riguardato la sostituzione delle pitture da interno, della pavimentazione, dei sistemi in cartongesso e dei materiali di arredo per i quali si privilegiano legno e ferro. Fratelli Carli, supportata dallo studio di architettura specializzato Materiavera, ha condotto un'analisi incentrata sul confronto tra materiali con stesso uso ma caratteristiche diverse, prendendo in considerazione diversi parametri (l'impiego di energia da fonti rinnovabili, le emissioni complessive di CO₂, il potenziale di acidificazione del terreno e delle acque e il consumo di risorse idriche). L'esito dello studio ha confermato **la riduzione dell'impatto ambientale associato alla scelta di materiali eco-compatibili in termini di riduzione delle emissioni e del consumo di risorse** ed evidenziato alcuni ulteriori ambiti di miglioramento, che guideranno le azioni future dell'azienda verso un impiego sempre maggiore di materiali ecosostenibili.

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

Filiera di fornitura



Da sempre scegliamo attentamente e conosciamo di persona i nostri fornitori



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

Marta Gorlero
Responsabile Marketing e
Sviluppo Prodotto

Gino De Andreis
Responsabile
Controllo Qualità

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio
Acquisti





Obiettivi/Risultati 2023-2025



- Trasformare il **Distretto di Bontà** in Distretto **"Benefit"**
- Ampliare il perimetro del **Distretto dei Trasporti** ai nuovi fornitori di **servizi logistici**
- Coinvolgere il Distretto dei Trasporti sul **progetto "Carbon Neutrality"**
- Completare, con tutta la **supply chain**, la raccolta dei **KPI di sostenibilità** condivisi nei rispettivi Codici utilizzando gli strumenti identificati
- Portare all'**55%** il numero di **fornitori rilevanti coinvolti nei Codici e valutati** secondo criteri ambientali e sociali



Highlights 2023

46,2%

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

76%

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

3

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

+60

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

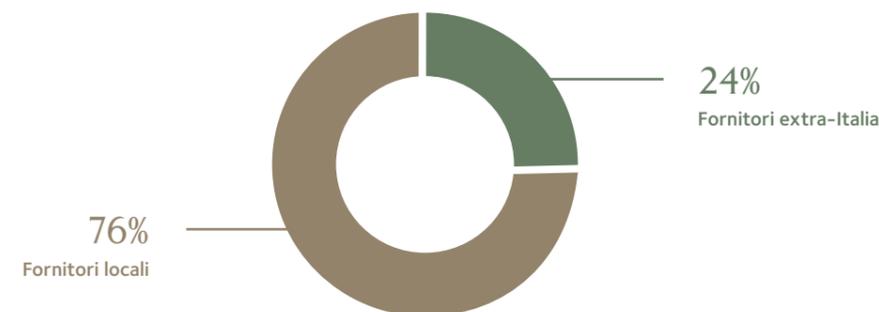
4

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

La nostra filiera e il valore del territorio

Fratelli Carli dimostra una predilezione per i **fornitori locali situati nel territorio nazionale italiano, con il 76% del budget** di approvvigionamento a loro allocato.

Proporzione di spesa verso fornitori locali (2023)



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

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

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

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

I nuovi fornitori di Fratelli Carli ritenuti più rilevanti sulla base del codice merceologico di riferimento, vengono **selezionati secondo i criteri ambientali e sociali definiti dai Codici**. Nel 2023 i **5 nuovi fornitori** corrispondenti a tale definizione sono stati valutati secondo tali criteri.

59 gli anni da cui continua la collaborazione più lunga con un fornitore

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

Il Distretto dell'Olivo - il Codice dell'Olivo

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

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

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

Fratelli Carli ha inoltre aggiornato il proprio Codice dell'Olivo, integrandone i valori e gli obiettivi con gli SDG delle Nazioni Unite e rafforzando, con una raccolta di dati sempre più precisi, l'attenzione e la cura per un modello di sostenibilità concreto e condiviso.

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



Il Distretto Alimentare - il Codice della Bontà

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

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

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

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

Il Distretto ha visto crescere costantemente le performance di sostenibilità, tanto che ben 4 aziende della filiera sono diventate B Corp o Società Benefit.

Nel 2023 si è iniziato a lavorare per **inserire nel Codice specifiche Finalità di Beneficio Comune** che permetteranno di **trasformare il Distretto in un Distretto Benefit**, ispirato al modello delle Società Benefit.

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



In particolare, le **oltre 60 analisi SLCA effettuate periodicamente** con i fornitori del Distretto, sia su prodotti che su materiali, permettono di verificare le azioni di miglioramento messe in atto dalla catena di fornitura lungo l'intero ciclo di vita.

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

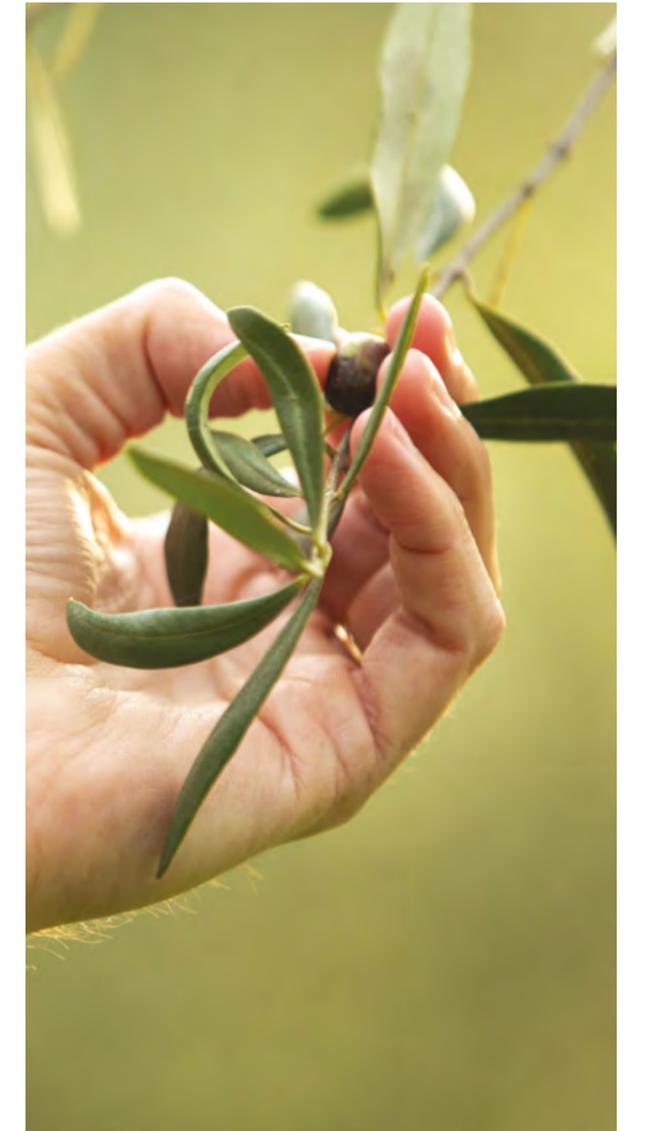
- produzione;
- distribuzione;
- uso;
- fine vita.

Rispetto ai **4 principi di sostenibilità**:

- aumento sistematico della concentrazione di **risorse estratte** dalla crosta terrestre;
- aumento sistematico di **sostanze prodotte dalla società**;
- **degrado della natura** per mezzi fisici;
- **barriere sistematiche** che riguardano l'integrità, la competenza, l'influenza, il significato e l'**imparzialità delle persone**.

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

Grazie a questo approccio, il Distretto ha visto crescere costantemente le performance di sostenibilità, tanto che ben 4 aziende della filiera sono diventate B Corp o Società Benefit.



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

STORIE DI SOSTENIBILITÀ

Una filiera di fornitura dallo spirito “Benefit”



Marta Gorlero
Responsabile Marketing e Sviluppo Prodotto

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio Acquisti

Paolo Salvi
Agile & Business Coach

La sfida che abbiamo affrontato

Fin dal 2013 condividiamo con tutti i nostri fornitori di prodotti finiti, componenti e servizi il Codice di Bontà, un documento che individua i valori, gli impegni e gli obiettivi comuni in tema di sostenibilità. Questo percorso ha permesso all'intero “Distretto” di crescere insieme e di porsi sempre nuovi traguardi.

Con questo spirito, nel corso del 2023, abbiamo dato vita ad un progetto sfidante ed innovativo con l'ambizione di creare un **Distretto Benefit**, ispirato ai principi e alla struttura delle Società Benefit.

Il cambiamento che abbiamo apportato

Con le oltre 60 aziende fornitrici che compongono il Distretto abbiamo individuato quelle **“Finalità di Beneficio Comune”** che sapessero guardare agli ambiti fondamentali delle nostre attività: produzione, benessere dei dipendenti, utilizzo delle risorse.

Nel corso dell'ultima “Giornata della Bontà”, l'annuale incontro che si svolge nella nostra sede di Imperia, con gli oltre 100 rappresentanti delle aziende del Distretto abbiamo poi identificato, con specifiche modalità di lavoro in team, le azioni da mettere in campo per impattare positivamente ciascuna singola Finalità di Beneficio Comune.

oltre **100** rappresentanti delle aziende del Distretto nel corso dell'ultima “Giornata della Bontà”

Le finalità di beneficio comune



Al termine della giornata di lavoro sono state votate le **5 migliori azioni**:

- un **Codice Etico delle materie prime e dei prodotti finiti**;
- uno strumento per lo **scambio di informazioni sugli impatti della produzione**;
- un censimento **delle pratiche virtuose rivolte ai dipendenti**;
- un **“mercato” sostenibile del Distretto**;
- un **tavolo permanente per l'energia**.

Giornata della Bontà:
il lavoro in team con la tecnica del *World Café*



Che cosa abbiamo imparato

Questo progetto, davvero sfidante e impegnativo, ha reso ancora più radicato e concreto il rapporto con la nostra filiera di fornitura: non solo fornitori e acquirenti ma partner nel voler **lasciare un'impronta positiva nel mondo**.

Una collaborazione senza precedenti, a cui abbiamo creduto fortemente, che proseguirà anche nel corso del 2024 con i Tavoli di Lavoro tematici che dovranno daranno forma alle 5 azioni più votate dal Distretto.



Il Distretto dei Trasporti - il Codice delle Consegne

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

- **condivisione** di pratiche virtuose di guida e manutenzione dei furgoni;
- **check list di monitoraggio** che guardano agli obiettivi condivisi nel Codice e agli SDG di riferimento.

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

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

Oltre **110** padroncini coinvolti nel nostro Distretto dei Trasporti





Energia e Risorse

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



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

Federico Calzamiglia
Direttore Operations



Obiettivi/Risultati 2023-2025



- Aggiornare e validare gli inventari delle **emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3**
- Definire azioni misurabili di **mitigazione dell'impatto dell'azienda** sul cambiamento climatico.
- Implementare e ampliare il perimetro del nuovo **Sistema di gestione Integrato sicurezza e ambiente**
- Compensare l'impatto ambientale di tutte le **consegne a domicilio dei clienti** in tutti i paesi serviti
- Progettare un **corso di Ecodrive** per i nostri **autisti** del trasporto primario.
- Mantenere la percentuale di **rifiuti inviati a recupero** superiore al **90%** sul totale dei rifiuti prodotti



Highlights 2023

100%

l'energia elettrica utilizzata certificata da fonti rinnovabili

987.867

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

19%

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

17

le tonnellate di CO₂ (Scope 1 e 2) per milione di fatturato

100%

le emissioni di CO₂ generate dall'intera logistica di consegna Italia ed estero che saranno compensate

-26%

le emissioni totali di CO₂eq per Scope 1 e Scope 2

89%

i rifiuti inviati al recupero sul totale dei rifiuti

2%

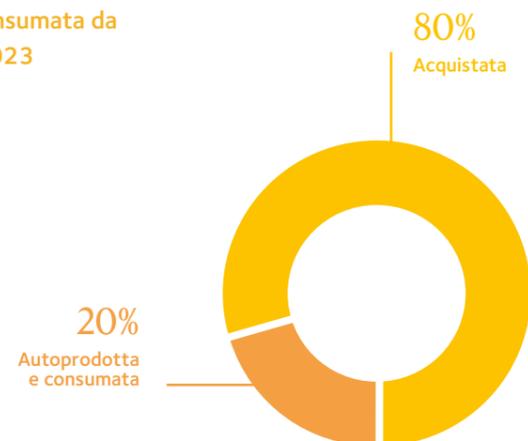
la diminuzione dell'indice dei rifiuti generati sul valore della produzione nel 2023 rispetto al 2022

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

L'attenzione all'energia di Fratelli Carli

Con l'obiettivo di ottimizzare il consumo energetico, l'azienda monitora attentamente e rendiconta regolarmente l'utilizzo di carburanti, gas ed energia elettrica, attraverso una **diagnosi energetica**, aggiornata anche nel 2023 relativamente alle performance del 2022.

Energia elettrica consumata da fonte rinnovabile 2023



L'impegno che da anni la Fratelli Carli mette in atto per **ridurre la propria impronta energetica in tutte le fasi del processo**, ha portato l'azienda a **risultati concreti in termini di efficientamento** anche nel 2023.

Questo processo permette di valutare in modo accurato le prestazioni energetiche dell'azienda e di identificare eventuali aree di miglioramento.

Nel biennio 2022-2023, si è registrata una costante diminuzione dei consumi energetici, grazie all'impegno costante di Fratelli Carli nell'ottimizzazione dei sistemi e dei processi. In particolare, i consumi sono diminuiti da **45.009 GJ nel 2022 a 33.993 GJ nel 2023**.



-26% le emissioni totali di CO₂eq per Scope 1 e Scope 2

La riduzione di consumi più consistente è stata registrata per il **gas naturale** (-39%) per via dei consumi legati alla raffineria, la cui attività è stata portata avanti solo nei primi mesi dell'anno.

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

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

Di questa l'**80%** è rappresentata dall'energia elettrica acquistata e consumata mentre il restante **20%** è autoprodotta dall'**impianto fotovoltaico di 5.000 mq installato sul tetto dello stabilimento** fin dal 2012.

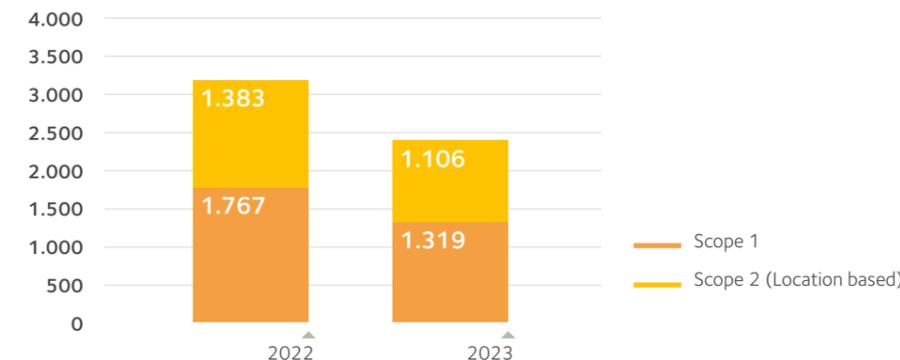
Questo impianto ha una produzione media annuale pari a **977.000 kWh** e contribuisce positivamente al consumo di energia elettrica sostenibile anche all'**esterno dell'azienda**. Infatti, la quota parte di energia prodotta che non viene consumata (circa l'11%) viene **reimmessa nella rete**, per un ammontare pari a **111.495 kWh** nel 2023, contribuendo così alla riduzione del mix energetico nazionale.

Crescita a ridotte emissioni

L'impegno di Fratelli Carli verso la riduzione dei consumi energetici ha inciso positivamente anche sulla quantità di **emissioni di gas a effetto serra**. Nel 2023, in linea con il trend dell'anno precedente, l'azienda è riuscita a diminuire le proprie emissioni Scope 1⁶, che comprendono le **emissioni dirette provenienti dalle fonti di proprietà o controllate dall'azienda, passando da 1.767 tonnellate di CO₂eq a 1.319 tonnellate di CO₂eq (-25%)**.

La scelta strategica di utilizzare energia elettrica interamente approvvigionata da fonti rinnovabili permette, inoltre, all'azienda di avere delle emissioni Scope 2 Market Based⁷ nulle. In linea con gli anni precedenti, l'azienda continua nel suo intento di ridurre il proprio impatto in termini di emissioni complessive annuali (Scope 1 e 2), passando da **3.150 tonnellate di CO₂eq nel 2022 a 2.425 tonnellate di CO₂eq nel 2023, con una riduzione del 26%**.

Emissioni GHG (tCO₂eq) 2023



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

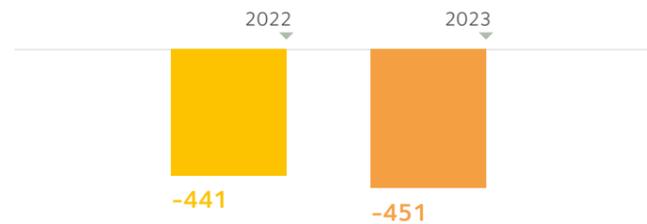
⁷ Le emissioni Scope 2 sono definite come le emissioni indirette di gas ad effetto serra risultanti da consumi energetici da fonti non detenute o controllate dall'azienda. Tali emissioni si riferiscono alle emissioni Scope 2 calcolate con il metodo *market-based*, dove per l'energia prodotta e consumata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



Paolo Arimondi
Responsabile Gestione contratti e manutenzioni

La produzione di energia elettrica pulita tramite l'impianto fotovoltaico installato presso gli stabilimenti di Imperia ha permesso di **risparmiare l'emissione di un totale di 451 tonnellate di CO₂eq** che sarebbero state altrimenti immesse in atmosfera per la produzione di un quantitativo identico di energia tramite fonti fossili. Il trend delle cosiddette avoided emissions ricalca in maniera perfetta quello relativo all'autoproduzione di elettricità tramite pannelli fotovoltaici.

Emissioni evitate (tCO₂eq) metodo Market-Based



451 le tonnellate di CO₂ risparmiate grazie all'impianto fotovoltaico

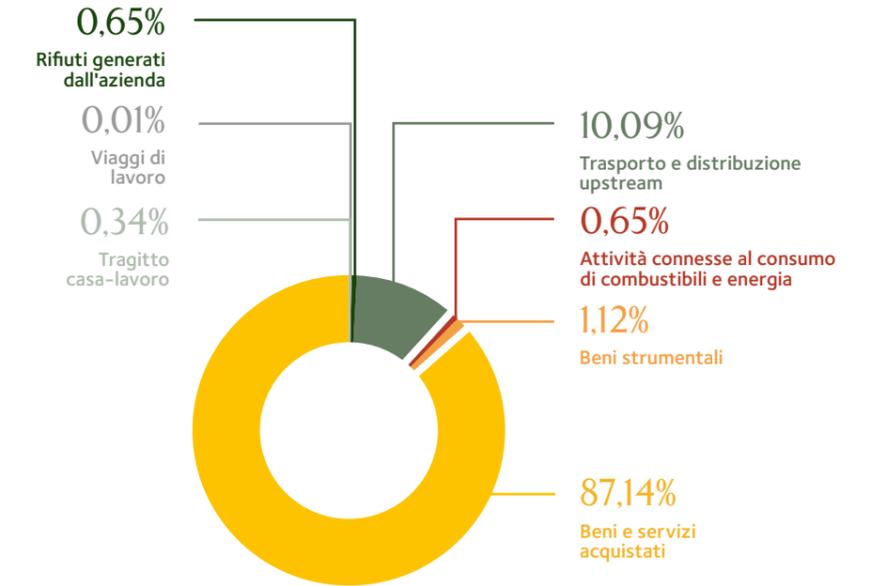
L'inventario delle emissioni di Scope 3

Inoltre, al fine di monitorare e comprendere la magnitudo dell'impronta carbonica derivante dalle attività che si verificano al di fuori dei confini aziendali lungo l'intera value chain, così da essere in grado di pianificare strategie di gestione efficaci, Fratelli Carli ha **quantificato le emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette, cioè di Scope 3, che avvengono a monte dell'organizzazione (upstream)**. Tale processo di misurazione e rendicontazione, iniziato nel 2021, completato nel 2022 e proseguito anche per il 2023, **segue i requisiti del GHG Protocol**, la guida metodologica maggiormente riconosciuta in materia. Il protocollo **identifica 15 Categorie emissive indirette, a monte o a valle dell'organizzazione**. Quelle ricomprese nell'inventario di Fratelli Carli, in ragione della loro rilevanza per l'azienda, sono elencate nella tabella che segue.

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

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

Emissioni GHG Scope 3 2023 (t CO₂ eq)



Le emissioni climalteranti di Fratelli Carli sono prevalentemente legate alle attività indirette classificate come Scope 3, pari al 95% del totale. Rispetto alle categorie Scope 3 rendicontate, **l'impatto maggiore si verifica nella Categoria 1 (Beni e servizi acquistati)**, che comprende le emissioni incorporate nelle materie prime, nel packaging e nei prodotti finiti acquistati dall'azienda, e nella **Categoria 4 (Trasporto e distribuzione upstream)** relativa ai trasporti a valle e a monte dell'attività produttiva in azienda. Il dato presenta nel complesso una diminuzione del 29% rispetto all'anno precedente, in virtù delle riduzioni registrate nell'acquisto di materie prime, produzione di rifiuti e delle attività di trasporto e distribuzione upstream (il cui impatto in termini di emissioni è diminuito del 38%), che hanno prodotto un minor impatto anche grazie alle attività di sensibilizzazione dei padroncini portate avanti da Fratelli Carli. La categoria 2 risulta inoltre più bassa del 70% rispetto all'anno precedente per via di importanti investimenti registrati nel 2022 e legati, ad esempio, all'acquisto di un nuovo capannone e al leasing di nuovi macchinari per le linee di confezionamento, che nel 2023 non si sono resi necessari.

Le azioni di mitigazione dell'impatto sul cambiamento climatico: la compensazione della logistica di consegna

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

A partire dal 2022 Fratelli Carli ha focalizzato il proprio impegno strategico rispetto alla gestione delle emissioni di CO₂, in particolare sull'impatto della propria logistica di consegna per il mercato Italia e, a partire dal 2023, sul mercato Estero.

Questo è stato possibile coinvolgendo prima di tutto i padroncini, che svolgono in esclusiva la consegna dei prodotti Fratelli Carli direttamente a casa dei clienti. Con loro l'azienda da anni condivide il "Codice dei Trasporti" e ha intrapreso un percorso di sensibilizzazione verso le buone pratiche di guida che, per quanto possibile, permettono di ridurre almeno in parte le emissioni e gli impatti ambientali.

100% della CO₂ compensata per tutta la logistica di consegna Italia nel 2021 e italiana ed estera nel 2022



Si è quindi proceduto a calcolare il totale delle emissioni di CO₂ generate dall'intera logistica di consegna: sia per quanto riguarda il trasporto primario, da Imperia verso i depositi, sia per quanto riguarda il trasporto secondario, dai depositi fino a casa dei clienti, in Italia e all'estero, e agli Empori.

Infine, Fratelli Carli ha avviato un percorso di compensazione, acquistando annualmente una quantità di "crediti di carbonio" pari alla quantità di CO₂ emessa per le seguenti operazioni:

- consegne per il mercato Italia per l'anno 2021, compensate con 1.230 crediti acquistati;
- consegne per il mercato Italia ed estero per l'anno 2022, coperte da 3.950 crediti acquistati.

Per la compensazione sono stati scelti progetti incentrati sulla produzione di energia da fonti rinnovabili, che tramite la vendita di tali crediti ricevono anche un importante sostegno economico per la loro prosecuzione. In questo modo le emissioni per tutte le consegne di Fratelli Carli negli anni 2021 (Italia) e 2022 (Italia ed estero), possono dirsi pienamente compensate. Per proseguire tale percorso, l'azienda si impegna ad acquistare i crediti necessari a compensare la logistica in uscita, sia per l'Italia che per l'estero, anche per l'anno 2023 sulla base dei risultati presentati in questo Bilancio.

La gestione dei rifiuti

La gestione dei rifiuti è da sempre una priorità fondamentale per Fratelli Carli. Questo impegno coinvolge tutti i dipendenti, collaboratori e le aziende con cui Fratelli Carli entra in contatto, lungo l'intera catena del valore. La corretta gestione dei rifiuti nonché le responsabilità ad essa correlate sono disciplinate da una specifica procedura, che viene costantemente implementata e aggiornata per recepire le eventuali modifiche del processo produttivo e rispettare i requisiti stabiliti dalla legislazione vigente in materia. Tale impegno di Fratelli Carli si inserisce fra le azioni mirate a prevenire possibili danni all'ambiente e alla biodiversità che lo popola, con la consapevolezza che l'eventuale introduzione di sostanze esogene nell'ambiente, causata ad esempio da uno scorretto smaltimento dei rifiuti, rappresenta un potenziale impatto negativo ai danni dell'ecosistema.

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

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

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

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

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



Sara Vassallo
Responsabile Sistema di Gestione Ambientale e Responsabile gestione rifiuti.

The infographic, titled "ISOLA ECOLOGICA A", provides clear instructions for waste disposal. It features six columns representing different waste categories, each with a list of items and a corresponding colored bin icon. To the right, there are three categories of waste that are not accepted: "MATERIALE ELETTRONICO" (with a red arrow pointing down), "MATERIALE ELETTRICO" (with a red arrow pointing down), and "PILE" (with a red arrow pointing down). The Fratelli Carli logo is visible in the top left corner.

PLASTICA E METALLI	CARTA E CARTONE	UMIDO	VETRO	INDIFFERENZIATA TUTTO QUELLO CHE NON È DIFFERENZIABILE O RECUPERABILE O SPORCO	MATERIALE ELETTRONICO
Imballaggi PE, PET, PP, PPS, PA, bottiglie per bibite, confezioni alimentari, contenitori per alimenti, bottiglie e sacchetti per alimenti, collappiate, carta igienica, lattine, saponi, contenitori di bande stagiate, alluminio.	Carta, cartoncini, giornali, scarti per alimenti, imballaggi di cartone, tetrapack.	Scarti di cucina, alimenti avanziati, carta bagnata, avanzi di cibo, fucili di caffè, fusti olio.	Bottiglie, contenitori in vetro, piccoli pezzi di bicchiere rotto.	Plastiche dure, gomma, carta plastificata, carta oleata, stoffe.	↓ CIBI GARDI MATERIALE ELETTRICO ELETTRICI PILE RVA

In azienda sono state allestite "isole ecologiche" che garantiscono una corretta raccolta differenziata

L'approccio preventivo di Fratelli Carli

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

All'interno dell'organizzazione:

- alleggerimento delle confezioni;
- riprogettazione del pack pensando ad una diminuzione della plastica e dei multimateriali;
- dematerializzazione della comunicazione.

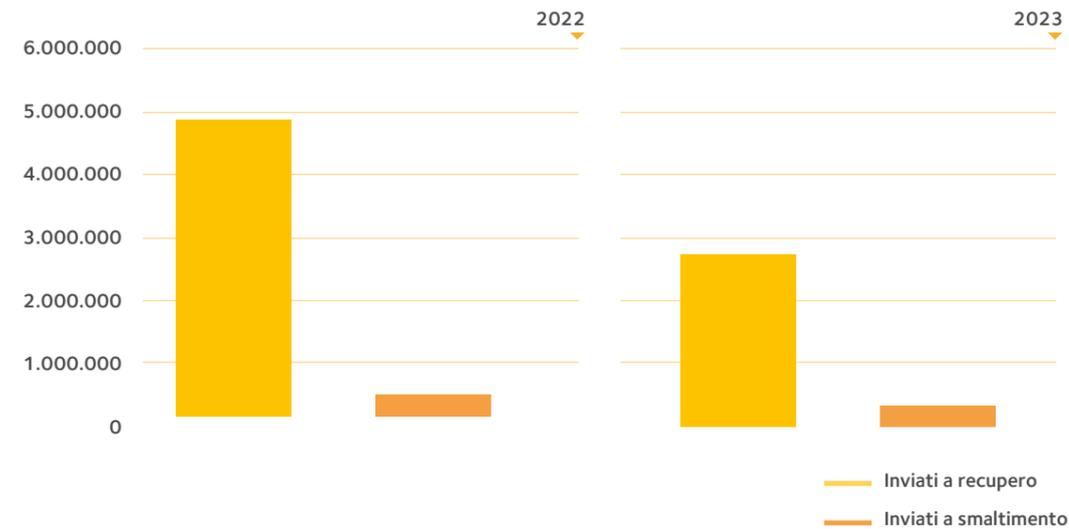
A monte dell'organizzazione

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

A valle dell'organizzazione:

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

Rifiuti destinati a recupero e smaltimento (Kg)



-47% i rifiuti totali prodotti nel 2023

89% i rifiuti inviati al recupero sul totale dei rifiuti

Fratelli Carli invia la maggior parte dei rifiuti prodotti a recupero e riciclo. Nel biennio 2022- 2023 la **quantità di rifiuti è diminuita grazie al continuo impegno di Fratelli Carli nel prevenirne la produzione**, ma anche per via di cambiamenti nel mercato oleario, che nell'anno di riferimento ha vissuto un momento di rallentamento nella produzione. Le principali categorie di rifiuto che hanno visto una riduzione sono: carta, plastica, alluminio, prodotti da operazioni di frantoio e solventi di laboratorio. In virtù di tali condizioni, nel 2023 la **quantità inviata a recupero** si attesta all'**89%** del totale dei rifiuti prodotti, con una diminuzione del 4% rispetto all'anno precedente.

Biocarburante dai sottoprodotti di lavorazione

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



STORIE DI SOSTENIBILITÀ

Il progetto di un nuovo magazzino diventa lo spazio per far crescere l'innovazione sostenibile



Walter Odasso
Direttore tecnico stabilimenti

Marcello Porro
Responsabile coordinamento magazzini

La sfida che abbiamo affrontato

Quando abbiamo iniziato a lavorare al **progetto del nostro nuovo impianto** di etichettatura, inscatolamento e pallettizzazione per le specialità in vaso ci è stato chiaro, fin da subito, come avrebbe potuto diventare una **grande opportunità di cambiamento**. Al di là del suo perimetro squisitamente industriale, abbiamo riflettuto su come avrebbe potuto **impattare su quasi tutti i nostri Pilastri di Sostenibilità**: dall'Energia ai Materiali e Prodotti, dalla Filiera di Fornitura alle Persone.

Il cambiamento che abbiamo apportato

È nato un **tavolo di confronto interno** che ha visto lavorare in team l'Ufficio Tecnico, i Responsabili dei magazzini, il Marketing di Prodotto, l'Ufficio Acquisti, la Logistica, i nostri consegnatari e tutti i fornitori coinvolti. Le parole d'ordine sono state **ottimizzare e semplificare**, seguendo il flusso di ogni processo collegato, a monte o a valle, all'interno o all'esterno dell'azienda, con il nuovo impianto.

Il nostro tavolo di confronto



Abbiamo lavorato per riprogettare completamente il nostro pack, passando da oltre 60 referenze personalizzate, con inchiostri e vernici, per ogni singolo prodotto a sole 5 tipologie di scatole. **Ognuna di esse porta come innovazione** un nuovo disegno tecnico, un solo colore, una grafica che parla di sostenibilità e una personalizzazione con il nome del prodotto che può ora avvenire in linea, grazie ad un innovativo sistema di incisione al laser.

Il risultato ottenuto con il nostro impegno per la riprogettazione:

- oltre **3.5 quintali di inchiostri evitati** ogni anno
- circa **46 tonnellate di cartone risparmiate** ogni anno



Abbiamo ripensato la nostra organizzazione, i nostri processi e la logistica in entrata in modo da poter lavorare con il nuovo impianto anche tutte le referenze in vaso che arrivavano già inscatolate.

Il risultato ottenuto con il nostro sforzo per la riorganizzazione:

- **-50% di viaggi in entrata** da fornitore



Abbiamo raccolto, infine, al nostro interno e presso tutti i fornitori coinvolti, anche le più piccole informazioni di dettaglio, così da poter misurare in modo affidabile, con l'analisi del ciclo di vita Life Cycle Assessment (LCA), il miglioramento ottenuto in termini di impatto ambientale con il nostro progetto.

Il risultato della nostra analisi conferma il successo del lavoro del team:

- **-40% l'impatto ambientale del nuovo pack**, in tutte le categorie prese in considerazione dall'analisi LCA*.

Che cosa abbiamo imparato

Questa sfida era davvero complessa: non era facile, infatti, trovare in ogni ambito il giusto punto di equilibrio tra le **esigenze dell'efficienza operativa e gli impatti positivi per la sostenibilità** e il risultato non era per nulla scontato.

La stretta collaborazione tra tutte le parti coinvolte, la chiarezza degli obiettivi che guardavano ai nostri Pilastri di Sostenibilità e il coraggio di scegliere strade innovative, hanno rappresentato il vero punto di svolta di questa nostra "storia di sostenibilità". Gli ostacoli affrontati ed i **fattori di successo** che abbiamo evidenziato, hanno fatto diventare questo progetto anche uno strumento di **storytelling**, utilizzato nella formazione interna sulla sostenibilità, che ha portato un coinvolgimento ed una attenzione delle persone superiore alle aspettative.

*Categorie di impatto e risultati dell'indagine

Categorie di impatto	Unità di misura	Scatola vecchia	Scatola nuova	Δ(%)
Cambiamenti climatici	Kg CO ₂ -Eq	● 0,3174	● 0,1910	-40%
Riduzione dello strato di ozono	mg CFC-11-Eq	● 1,52E-08	● 9,19E-09	
Acidificazione	mol H+-Eq	● 0,0013	● 0,0008	
Eutrofizzazione (acqua dolce)	Kg P-Eq	● 7,53E-05	● 4,51E-05	
Esaurimento della risorsa idrica	m ³ water-Eq	● 0,1077	● 0,0645	
Formazione dello smog fotochimico	kg NMVOC-Eq	● 0,0007	● 0,0005	-39%

oltre **3.5** quintali di inchiostri evitati

46 tonnellate di cartone risparmiate

-50% di viaggi in entrata da fornitore

Sistema di gestione Integrato sicurezza e ambiente

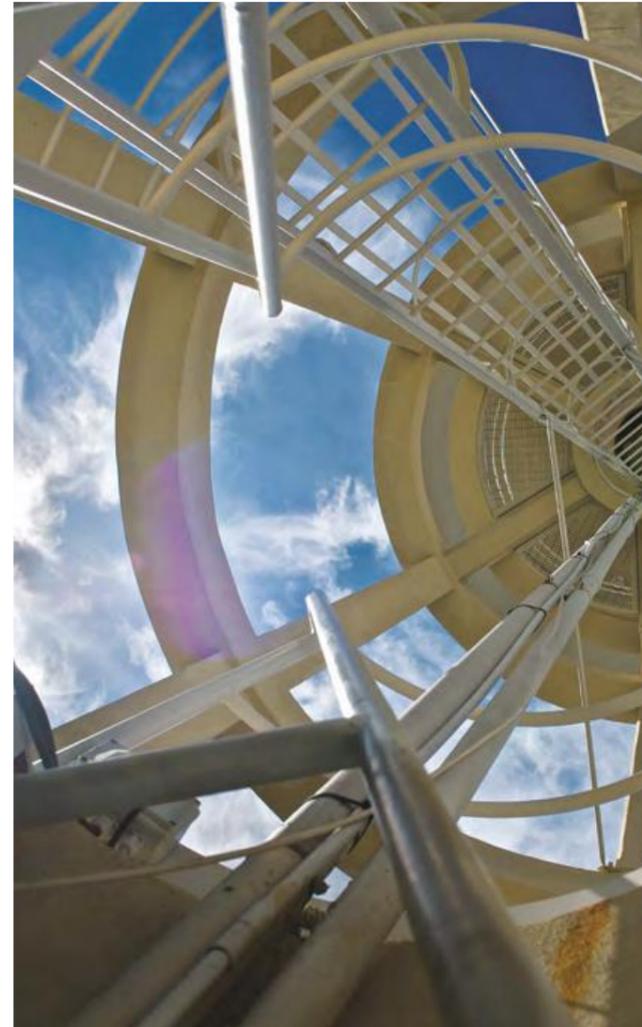
La Fratelli Carli, in una prospettiva di miglioramento continuo, si impegna a promuovere e sostenere tutte le azioni necessarie ai fini della protezione ambientale e della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Dal 2022 la Fratelli Carli ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale Integrato Ambiente e Sicurezza (SGI), implementato sulla base dei requisiti della UNI EN ISO 14001:2015 e delle Linee guida INAIL (UNI-INAIL), che consente di tenere sotto controllo e migliorare costantemente le performances ambientali e di sicurezza dell'organizzazione nonché di garantire il costante impegno e valutazione del rispetto degli obblighi normativi applicabili.

Dal 2022 la Fratelli Carli ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale Integrato Ambiente e Sicurezza (SGI)

La struttura del SGI si basa sulla definizione di una Politica Integrata emessa, in ultima revisione, a Settembre 2022 che illustra i principi e le linee guida del Sistema di gestione integrato nonché gli obiettivi principali in materia di ambiente e di sicurezza.

In particolare il SGI prevede il controllo operativo e il monitoraggio degli aspetti ambientali ritenuti significativi a seguito dell'analisi di materialità, attraverso la redazione di procedure e istruzioni mirate a definire responsabilità e modalità di controllo.

La politica integrata si ispira ai principi fondamentali con cui opera l'azienda e alle finalità di beneficio comune esplicitate nello Statuto ed è parte integrante delle scelte gestionali e operative dell'azienda.



La gestione dell'acqua

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

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

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

3 Litri di acqua risparmiati per ogni chilo d'olio lavorato

Per poter analizzare l'acqua di scarico, l'azienda si affida ad un laboratorio esterno che ha sempre confermato il rispetto dei limiti previsti per legge.

Inoltre, nei giorni in cui la Raffineria è al lavoro, con il supporto del proprio Laboratorio interno, l'azienda effettua ogni giorno, volontariamente, le **analisi di controllo sulle acque** verificando l'assoluta conformità dei parametri di qualità (es. COD, PH, Fenoli).

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

All'interno degli **uffici** l'acqua, proveniente dall'acquedotto municipale, è utilizzata per tutti i servizi igienici e gli spogliatoi di pertinenza. Per migliorare l'efficienza idrica e ridurre il consumo di acqua, tutti i rubinetti tradizionali sono stati sostituiti con **miscelatori acqua-aria** che mescolano l'acqua con l'aria, creando un flusso più morbido e **riducendo la quantità di acqua utilizzata** senza compromettere la pressione percepita.

In tutti gli uffici e le aree produttive, inoltre, sono state installate **colonnine per l'erogazione di acqua potabile**, anche refrigerata, che filtrano ulteriormente l'acqua dell'acquedotto e permettono, all'interno di tutta l'azienda, una significativa **diminuzione dell'utilizzo delle bottiglie in plastica**.

Cultura e tradizione mediterranea



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



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

Claudia Carli
Responsabile Comunicazione
Corporate



Obiettivi/Risultati 2023-2025

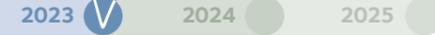


- Diffondere la **cultura dell'olivo e dell'olio di oliva** e della **tradizione alimentare del Mediterraneo**
- Divulgare la **cultura della Sostenibilità**

CONTINUATIVO



CONTINUATIVO



Highlights 2023

CULTURA E TRADIZIONE

100%

gli Empori che riportano
informazioni sulla
sostenibilità

16.679

i visitatori del Museo
dell'Olivo Carlo Carli

+1.300

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

+4.846.000

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

12

i **Corsi di Cucina**
nell'Emporio di Imperia

Cultura, tradizione, sostenibilità

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

“The Code - Rise Up Challenge” - Il concorso per le scuole sullo spreco alimentare

L'azienda ha collaborato con Dentsu Italia al concorso da loro organizzato e rivolto alle scuole superiori intitolato “The Code- Rise Up Challenge”. Le classi partecipanti sono state chiamate a cimentarsi nella realizzazione di una campagna pubblicitaria, che aveva Fratelli Carli come protagonista, il cui focus era rispondere e sostenere il 12° Obiettivo di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che mira a dimezzare lo spreco alimentare entro il 2030.

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

Questo compito ha dato modo a tutti i partecipanti di approfondire il tema. Può sembrare strano ma non esiste ancora una definizione univoca di spreco alimentare, né una metodologia coerente e definitiva su come approcciare la problematica. I ragazzi si sono confrontati con la classificazione della FAO (Food and Agriculture Organization) che evidenzia due tipologie di spreco del prodotto lungo la filiera alimentare:

- 1) la perdita alimentare (*food loss*): diminuzione in termini di quantità e qualità del cibo (prodotti edibili agricoli, forestali o marittimi) dovuta a decisioni o azioni intraprese lungo la filiera agroalimentare, dalla produzione, al raccolto, allo stoccaggio, fino al trasporto
- 2) lo spreco alimentare (*Food waste*): diminuzione in termini di quantità e qualità del cibo (prodotti edibili agricoli, forestali o marittimi) che si verifica al momento della distribuzione a livello dei consumatori e dei commercianti.

Realizzata dagli studenti una campagna pubblicitaria a sostegno del **12° Obiettivo di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**



Su queste basi teoriche i ragazzi hanno costruito i materiali della campagna pubblicitaria Fratelli Carli mettendo in evidenza come l'azienda può contribuire a promuovere una maggiore consapevolezza sulle buone pratiche di consumo degli alimenti per evitare lo spreco alimentare, incoraggiando tutte le persone ad intraprendere nella loro quotidianità delle semplici azioni responsabili e contribuire così a ridurre l'impatto ambientale, economico e sociale causato dallo spreco alimentare.

Campagna di comunicazione Sostenibilità Digital

L'impegno di Fratelli Carli alla sensibilizzazione sui diversi temi della sostenibilità è molto forte e si rivolge a tutti i suoi stakeholder, coinvolgendoli e informandoli. Per questo, anche quest'anno, è proseguito all'interno della pianificazione di **e-mail marketing**, il piano editoriale esclusivamente dedicato ad approfondire con i clienti l'impegno dell'azienda verso il progresso responsabile. Gli approfondimenti e gli spunti contenuti nelle comunicazioni inviate via mail, invitano a riflettere sui temi di sostenibilità che riguardano tutti nelle piccole o grandi scelte che si compiono ogni giorno. Un'iniziativa che ha avuto successo, con oltre 4.846.000 dem inviate, e che continuerà anche nei prossimi mesi.

Oltre **4.846.000** dem sui temi della sostenibilità inviate ai clienti



Campagna di comunicazione Sostenibilità negli Empori

Gli Emporio sono luoghi ricchi di sapori e saperi dove sperimentare di persona la speciale relazione che unisce da sempre l'azienda ai propri clienti e che si basa su fiducia, rispetto, trasparenza e disponibilità.

Per valorizzare e diffondere il percorso di innovazione sostenibile perseguito ogni giorno, sono **stati studiati una serie** di materiali di comunicazione che, con un linguaggio immediato e moderno, **accompagnano i clienti alla scoperta della bontà di ogni prodotto**, non solo dal punto di vista del gusto e dell'altissima qualità, ma **anche da quello della sostenibilità a 360°**.

STORIE DI SOSTENIBILITÀ

L'Origine Sei Tu



Claudia Carli
Responsabile Comunicazione Corporate

La sfida che abbiamo affrontato

La nostra storia ci porta ad essere punto di riferimento nel mondo dell'olio e l'olio è il fondamento di quella cultura e di quella tradizione mediterranea che ci impegniamo a diffondere e preservare in ogni sua sfaccettatura. Tanto da far diventare questo obiettivo uno dei nostri cinque Pilastri di Sostenibilità.

Riuscire a creare un'esperienza capace di trasmettere le peculiarità e la ricchezza di questo prodotto, esplorandone tutti i segreti, e di far scoprire le caratteristiche uniche del lavoro dell'oleario è la sfida che, oltre un anno fa, abbiamo deciso di affrontare.

L'Experience Map ha permesso di esplorare le varie fasi della relazione tra l'azienda e i suoi interlocutori

Il cambiamento che abbiamo apportato



Per progettare e realizzare un'esperienza capace di portarci a condividere con i nostri clienti il sapere e la cultura dell'olio di oliva e arrivare ad un risultato che volevamo fosse davvero

sorprendente a livello sensoriale ed emozionale, abbiamo attivato un team aziendale dedicato. Questo ci ha permesso di mettere a fattor comune tutte le competenze e l'esperienza delle nostre persone e della famiglia, con una modalità agile e con strumenti innovativi.

L'Experience Map ci ha permesso di esplorare le varie fasi della relazione tra la nostra azienda e i suoi interlocutori, clienti o non clienti, analizzando in ciascuna di queste i loro pensieri, aspettative, necessità in relazione all'esperienza che stavamo progettando.

Esperienza Memorabile MAP L'Origine Sei Tu

Person	Scenario	Obiettivi/Aspettative	
Consapevolezza	Considerazione	Esperienza	Memorabilità
Azioni del consumatore			
Punto di contatto			
Pensiero			
Sensazione			
Opportunità			

Titolarità interna

Piramide dei livelli di esperienza memorabile dell'Olio

Oggi: AS IS

TO BE: migliorare



Elemento ● **Cognitivo** per far pensare il cliente ● **Emotivo** per far emozionare il cliente ● **Cinestesico** per coinvolgere il cliente ● **Immaginativo** per proiettare il cliente nel Mondo Carli

La Piramide dei livelli ha poi saputo tradurre questa analisi nella struttura di un progetto capace di coinvolgere la mente, l'immaginazione, i sensi e le emozioni dei partecipanti.

"L'Origine Sei Tu" è un'esperienza unica, frutto di questo grande lavoro

All'interno dei nostri Empori, sotto la guida attenta del nostro **assaggiatore professionista, capo panel Federolio 1**, i partecipanti possono scoprire in maniera semplice ma totalmente coinvolgente, **le peculiarità e la ricchezza del sapere dell'oleario: le cultivar con la loro storia, le diverse provenienze, i segreti dell'assaggio e l'arte di saper creare un olio perfetto**, armonizzando i sapori e i profumi di oli diversi unendoli sapientemente...ma non solo. Ciascuno di loro **diventa** anche, vivendo la parte sensoriale dell'esperienza, per un attimo, **assaggiatore e crea il suo "blend" di olio unico ed esclusivo.**

Che cosa abbiamo imparato

Guardare al prodotto che è il protagonista del nostro lavoro quotidiano da oltre un secolo con gli occhi di chi ne vuole raccontare la storia, le peculiarità, le ricchezze integrando le competenze uniche di cui dispone l'azienda, ci ha permesso di crescere ancora.

Tutto il team, infatti, ha saputo condividere le specifiche professionalità dei singoli, mettendole a fattor comune, per riuscire a progettare un'attività unica nel suo genere e dare a tutti la possibilità di conoscere e vivere il mondo dell'olio in modo originale e immersivo.





Il Museo dell'Olivo Carlo Carli ha partecipato alla XXII "Settimana della Cultura d'Impresa" che quest'anno aveva come tema "La persona al centro dello sviluppo sostenibile. L'anima dell'impresa consapevole".

Il Museo dell'Olivo Carlo Carli

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

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

Consapevole di questo ruolo, il Museo dell'Olivo Carlo Carli ha partecipato al **Convegno sugli Stati Generali dell'Archeologia Industriale**, svoltosi a Roma nel 2022, portando il proprio contributo a quel **concetto di "Industria Culturale"**, così come definito dall'Unesco, e che **ben rappresenta il legame tra la Fratelli Carli e il suo Museo dell'Olivo Carlo Carli**.

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



Oltre **130** archivi e musei di aziende italiane riuniti da Museimpresa

Museimpresa

Nel corso del 2023, l'adesione del **Museo dell'Olivo Carlo Carli a Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, si è consolidata e rafforzata. Museimpresa riunisce oltre 130 archivi e musei di aziende italiane, sia di piccole che di grandi dimensioni. Questa scelta è stata fatta per contribuire concretamente agli obiettivi dell'Associazione, che includono la **salvaguardia della memoria dell'industria italiana e la valorizzazione delle capacità imprenditoriali come motore di sviluppo sostenibile**. Inoltre, l'adesione mira a facilitare la diffusione delle conoscenze ed esperienze tra diverse realtà museali e ad aumentare le attività di ricerca e formazione nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa.

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

Di particolare rilevanza è stata la partecipazione del Museo dell'Olivo Carlo Carli alla XXII "Settimana della Cultura d'Impresa" che quest'anno aveva come tema **"La persona al centro dello sviluppo sostenibile. L'anima dell'impresa consapevole"**.





Claudia Carli
Responsabile Comunicazione Corporate

Gian Franco Carli
Presidente

Carlo Carli
Amministratore Delegato

NOTA METODOLOGICA

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

Nota metodologica

Il presente documento è stato predisposto in conformità con i **GRI – Global Reporting Initiative – Sustainability Reporting Standards pubblicati nel 2016**, ed aggiornati nel 2021.

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

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

L'analisi del contesto operata ai fini dell'aggiornamento della materialità ha altresì consentito all'azienda di focalizzare l'attenzione sulle sfide internazionalmente riconosciute dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e selezionare 7 dei **17 Sustainable Development Goal** (SDG – Obiettivi di Sviluppo Sostenibile)⁸ su cui Fratelli Carli può contribuire maggiormente tramite le proprie attività, legandoli agli obiettivi aziendali di sostenibilità.

In particolare, l'azienda ha posto l'accento sugli **SDG 3, 7, 8, 12, 14, 15, 17**. Ogni obiettivo di sostenibilità, nella propria sezione all'interno del Report, presenta le icone degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile correlati.

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

Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo

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

Il presente Report di Sostenibilità viene rivisto ed approvato nella sua interezza dal Consiglio di Amministrazione.

Le informazioni contenute nel Report sono basate sui dati raccolti nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023.

Di seguito sono riportate le principali metodologie di calcolo utilizzate:

- **Emissioni dirette Scope 1:** per i consumi di gas naturale, benzina, diesel e GPL sono stati utilizzati i fattori di emissione tratti dalla tabella dei parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (2021–2022–2023); per le perdite di gas refrigeranti dei condizionatori è stato utilizzato il GWP fornito dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito) per il triennio 2021–2023.
- **Emissioni indirette Scope 2:**
 - *Location-based:* queste emissioni sono state calcolate moltiplicando l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale per il fattore di emissione tratto da Confronti internazionali Terna su dati Enerdata – dati 2018, 2019 e 2020;
 - *Market-based:* queste emissioni risultano pari a 0 in quanto l'azienda si approvvigiona unicamente da fonti di energia elettrica rinnovabile ed è quindi assunto un fattore di emissione virtuale pari a zero.

- **Altre emissioni indirette Scope 3:**
 - *Categoria 1 – Beni e servizi acquistati:* le emissioni sono state calcolate sulla base dei quantitativi di materiali acquistati dall'azienda valorizzando il luogo di provenienza. Ad ogni materiale è stato attribuito uno specifico fattore di emissione tratto dalla banca dati Ecoinvent o da studi LCA interni e/o dei fornitori. Inoltre, è stato valutato l'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili da parte dei fornitori, riducendo di conseguenza il fattore di emissione corrispondente, oltre alla quota parte di riciclato per ogni tipologia di materiale. Infine, all'interno di tale categoria sono ricomprese le emissioni derivanti dal consumo di acqua. In questo caso il fattore di emissione deriva dalla banca dati DEFRA, così come per i servizi acquistati dall'azienda.
 - *Categoria 2 – Beni strumentali:* il calcolo delle emissioni considera come dato primario i beni identificati come cespiti da Fratelli Carli. In particolare, sono stati presi in considerazione i beni la cui spesa ha superato i 10.000€. In questo caso sono stati utilizzati i fattori di emissione DEFRA.

- **Categoria 3- Attività connesse al consumo di combustibili e energia:** le emissioni sono calcolate moltiplicando le quantità di combustibile, elettricità ed energia termica per i fattori di emissione upstream rilevanti. In questo caso il dato di attività considera anche i consumi imputabili ai depositi non di proprietà e agli Empori. I fattori di emissione derivano dal DEFRA.
- **Categoria 4 – Trasporto e distribuzione upstream:** le emissioni relative alla logistica si dividono in:
 - materiali in ingresso: ovvero tutti i materiali in input al processo produttivo;
 - materiali in uscita: relativo alla distribuzione del prodotto finito e alle consegne ad opera dei padroncini.
 In entrambi i casi il calcolo si basa sulla distanza percorsa, il peso trasportato e la modalità di trasporto (es. camion, treno, nave). In alcuni casi, è disponibile il dato primario di consumo di combustibile ad opera dei fornitori dei servizi di logistica. Anche in questo caso il fattore di emissione utilizzato deriva dalla banca dati DEFRA.
- **Categoria 5 – Rifiuti generati dall'azienda:** a partire dal MUD e dai rispettivi codici CER, i dati sono espressi in kg e successivamente combinati con i fattori di emissione della banca dati Ecoinvent, e in via residuale dal DEFRA, relativi al trattamento dei rifiuti.
- **Categoria 6 – Viaggi di lavoro:** le emissioni sono state calcolate considerando la distanza percorsa (km) e il tipo di mezzo di trasporto utilizzato dal personale per i viaggi di lavoro. Le distanze sono poi state moltiplicate per il fattore di emissione specifico tratto dal DEFRA. Si segnala che per le tratte via treno in Italia, invece, è stato utilizzato il fattore di emissione medio ricavato dal Report di Sostenibilità di Trenitalia.
- **Categoria 7 – Tragitto casa-lavoro:** la valutazione di tale categoria, si è basata sulle risposte fornite dal personale di Fratelli Carli in un questionario sulle abitudini di spostamento casa-lavoro condotto nel 2021, finalizzato a conoscere la distanza percorsa e il mezzo di trasporto utilizzato. L'Azienda considera ancora attuali e rappresentative le informazioni ottenute da quel sondaggio per comprendere le modalità di spostamento dei propri dipendenti e i dati riportati si basano dunque sui risultati di tale sondaggio. I fattori di emissione utilizzati derivano dalla banca dati del DEFRA.

- **Emissioni evitate:** le emissioni evitate sono state calcolate moltiplicando l'energia elettrica totale prodotta tramite pannelli fotovoltaici ed espressa in kWh, per il fattore di emissione residual mix tratto da AIB, Association of Issuing Bodies, 2021-2022-2023.

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

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

Tabella di raccordo GRI - Temi materiali

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

Profilo d'impatto

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

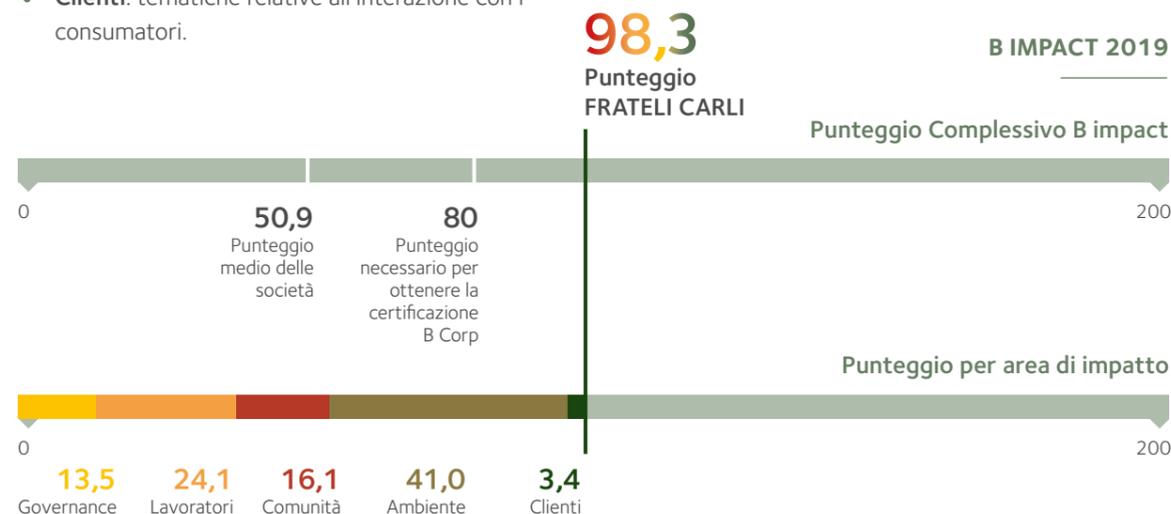
Fratelli Carli si è nuovamente misurata con lo standard B Impact Assessment di B Lab nel 2023, completando e superando il percorso della ricertificazione prevista dallo standard.

Alla data della della pubblicazione di questo volume non è ancora disponibile il resoconto ufficiale con il punteggio aggiornato che verrà dunque pubblicato sul Report di Sostenibilità 2024.

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

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

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



Appendice

Indicatori economici

PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito (€)			
	2021	2022	2023
Valore economico direttamente generato	155.247.840	158.844.271	137.654.680
Valore economico distribuito	147.958.061	156.605.181	132.586.981
Costi operativi	128.035.208	137.947.827	111.206.795
Salari e benefit dei dipendenti	17.905.787	17.756.037	17.068.606
Pagamenti ai fornitori di capitale	932.420	1.302.152	3.335.369
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	931.951	621.612	801.989
Investimenti nella comunità	152.695	220.776	154.222
Valore economico trattenuto	7.289.778	2.239.090	5.067.699

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 204-1 Proporzione di spesa verso i fornitori locali (%)			
	2021	2022	2023
Budget di approvvigionamento speso per fornitori locali	74%	77%	76%

GRI 308-1 | Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali (n. e %)⁹

	2021	2022	2023
Numero totale di nuovi fornitori	6	0	5
Numero di nuovi fornitori valutati usando criteri ambientali	6	0	5
Percentuale di nuovi fornitori valutati usando criteri ambientali	100%	0%	100%

GRI 414-1 | Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali (n. e %)⁹

	2021	2022	2023
Numero totale di nuovi fornitori	6	0	5
Numero di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri sociali	6	0	5
Percentuale di nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	100%	0%	100%

ANTICORRUZIONE

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

	2021	2022	2023
Episodi di corruzione accertati	0	0	0
Cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro l'organizzazione o i suoi dipendenti	0	0	0

⁹ Il dato include i fornitori dei codici merceologici più rilevanti per Fratelli Carli.

Indicatori sociali

INFORMATIVA GENERALE

GRI 2-7¹⁰ | Dipendenti (n)

	2021	2022	2023
Dipendenti	381	378	378
<i>Donne</i>	187	190	196
<i>Uomini</i>	194	188	182
Contratto Full-Time	263	277	251
<i>Donne</i>	93	108	91
<i>Uomini</i>	170	169	160
Contratto Part-Time	118	101	127
<i>Donne</i>	94	82	105
<i>Uomini</i>	24	19	22
Contratto a tempo indeterminato	346	342	339
<i>Donne</i>	168	165	163
<i>Uomini</i>	178	177	176
Contratto a tempo determinato	35	36	39
<i>Donne</i>	19	25	33
<i>Uomini</i>	16	11	6

GRI 2-8 | Lavoratori non dipendenti (n)

	2021	2022	2023
Non dipendenti			
<i>Interinali</i>	4	4	1

¹⁰ I dipendenti dell'azienda sono tutti localizzati in Italia, non sono presenti dipendenti con orari non garantiti e non vi sono dipendenti che non si identificano nei generi femminile/maschile.

OCCUPAZIONE

GRI 401-1 | Nuove assunzioni (n)

	2021	2022	2023
Assunzioni totali	125	133	103
Genere			
Donne	65	73	60
Uomini	60	60	43
Fascia d'età			
<30 anni	53	67	40
30 ≤ x ≤ 50 anni	51	49	49
>50 anni	21	17	14

GRI 401-1 | Turnover (n)

	2021	2022	2023
Cessazioni totali	117	136	103
Genere			
Donne	56	70	54
Uomini	61	66	49
Fascia d'età			
<30 anni	47	61	46
30 ≤ x ≤ 50 anni	43	53	35
>50 anni	27	22	22

SALUTE E SICUREZZA

GRI 403-9 | Infortuni sul lavoro

	U.M.	2021	2022	2023
Dipendenti				
Numero totale di ore lavorate	n.	634.763	602.220	586.914
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	1	0	3
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso di infortunio	Tasso	0,32	0,0	1,02
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0	0,0
Lavoratori non dipendenti, ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione				
Numero totale di ore lavorate	n.	91.024	90.007	72.632
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	n.	0	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso di infortunio	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di infortunio grave	Tasso	0,0	0,0	0,0
Tasso di decesso	Tasso	0,0	0,0	0,0

FORMAZIONE

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

	2021	2022	2023
Genere			
<i>Donne</i>	13,3	14,1	18,2
<i>Uomini</i>	7,6	9	12,1
Categoria professionale			
<i>Dirigenti</i>	32,1	9,6	6,2
<i>Quadri</i>	20,9	17,8	27,2
<i>Impiegati</i>	12,6	13,8	17,0
<i>Operai</i>	3,6	5,6	10,3
Totale	10,4	11,5	15,3



DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRI 405-1 | Diversità negli organi di governo (n. e %)

	2021		2022		2023	
Genere	n.	%	n.	%	n.	%
<i>Donne</i>	1	20	1	20	1	20
<i>Uomini</i>	4	80	4	80	4	80
Fascia d'età	n.	%	n.	%	n.	%
<i><30 anni</i>	0	0	0	0	0	0
<i>30 ≤ x ≤ 50 anni</i>	2	40	2	40	2	40
<i>>50 anni</i>	3	60	3	60	3	60

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

	2021		2022		2023	
Genere	n.	%	n.	%	n.	%
Dirigenti	4	1,1	4	1,1	5	1,3
<i>Donne</i>	0	0,0	0	0,0	1	0,5
<i>Uomini</i>	4	2,1	4	2,1	4	2,2
Quadri	11	2,9	11	2,9	9	2,3
<i>Donne</i>	4	2,1	4	2,1	2	1,0
<i>Uomini</i>	7	3,6	7	3,7	7	3,8
Impiegati	253	66,4	256	67,7	259	68,6
<i>Donne</i>	163	87,2	167	87,9	175	89,3
<i>Uomini</i>	90	46,4	89	47,3	84	46,2
Operai	113	29,6	107	28,3	105	27,8
<i>Donne</i>	20	10,7	19	10,0	18	9,2
<i>Uomini</i>	93	47,9	88	46,8	87	47,8

Fascia d'età	2021		2022		2023	
	n.	%	n.	%	n.	%
<30 anni	28	7,0	32	8,5	24	6,3
<i>Dirigenti</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Quadri</i>	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Impiegati</i>	25	9,9	31	12,1	22	8,5
<i>Operai</i>	3	2,7	1	0,9	2	1,9
30 ≤ x ≤ 50 anni	176	46,2	162	42,9	166	43,9
<i>Dirigenti</i>	0	0,0	0	0,0	1	20,0
<i>Quadri</i>	2	18,2	1	9,1	0	0,0
<i>Impiegati</i>	136	53,8	130	50,8	139	53,7
<i>Operai</i>	38	33,6	31	29,0	26	24,8
>50 anni	177	46,5	184	48,7	188	49,7
<i>Dirigenti</i>	4	100,0	4	100,0	4	80,0
<i>Quadri</i>	9	81,8	10	90,9	9	100,0
<i>Impiegati</i>	92	36,4	95	37,1	98	37,8
<i>Operai</i>	72	63,7	75	70,1	77	73,3

PRIVACY DEI CLIENTI

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

	2021	2022	2023
Numero totale di reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti	8	3	2
<i>Di cui ricevuti da soggetti esterni</i>	8	3	2
<i>Di cui provenienti da organi di controllo</i>	0	0	0

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

	2021	2022	2023
Numero totale di furti o perdite identificati di dati dei clienti	1	2	0

Indicatori ambientali

MATERIALI

GRI 301-1 | Consumo di materiali (ton)¹¹

	2021	2022	2023
Materiali di processo e per il packaging	8.661	8.701	6.441
<i>Plastica</i>	76	91	71
<i>Carta e cartone</i>	2.712	2.639	2.272
<i>Legno/Sughero</i>	185	214	128
<i>Banda stagnata/Metallo</i>	204	178	181
<i>Alluminio</i>	18	26	19
<i>Vetro</i>	5.466	5.553	3.770
Materie prime alimentari	17.836	17.252	9.841
<i>Olio</i>	17.431	16.925	9.081
<i>Olive per frantoio</i>	83	28	29
<i>Altri materiali (es. polpa di pomodoro, basilico, formaggio)</i>	322	299	731
Prodotti finiti alimentari acquistati da terzi	1.511	1.240	1.077
<i>Prodotti "Mare" (es. tonno, ventresca, acciughe)</i>	409	303	274
<i>Dolci delle feste (es. panettoni, colombe)</i>	222	210	180
<i>Saponi</i>	133	123	88
<i>Pasta secca</i>	184	154	183
<i>Olive / Patè di olive</i>	144	127	102
<i>Altri prodotti finiti (es. verdure sott'olio, creme dolci, focaccia, zuppe)</i>	419	323	250

¹¹ L'indicatore non include la categoria "Omaggi" in quanto il dato è ritenuto non rilevante rispetto alle altre tipologie di materiali presentate.

	2021	2022	2023
Prodotti mediterranea	171	117	663
<i>Bulk</i>	104	67	624
<i>Plastica</i>	20	12	13
<i>Carta</i>	33	22	9
<i>Vetro</i>	13	7	15
<i>Alluminio</i>	0	0	1
<i>Legno</i>	1	1	0,5
<i>Sapone solido</i>	0	8	0,5
Totale materiali	28.179	27.311	18.023

ALTRI MATERIALI (I)

	2021	2022	2023
<i>Vino</i>	239.540	225.153	114.669
<i>Aceto</i>	117.075	107.419	86.178
<i>Sapone liquido, crema mani</i>	94.046	81.196	61.465
Totale materiali	450.661	413.768	262.312

ENERGIA

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

	U.M.	2021	2022	2023
Diesel		93.510	78.439	75.800
GPL		7.214	6.739	6.157
Gas naturale	Std ^m ³	606.787	494.608	300.207
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	148.654	140.713	115.357
	Benzina	11.393	17.742	19.120

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

	2021	2022	2023
Consumo di energia elettrica acquistata	4.710.066	4.390.260	3.512.210
<i>di cui con certificazione da fonte rinnovabile</i>	4.710.066	4.390.260	3.512.210

GRI 302-1 | Energia elettrica prodotta (kWh)

	2021	2022	2023
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e venduta	94.209	68.574	111.495
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e consumata	926.070	897.286	876.372

GRI 302-1 | Energia consumata (GJ)

	2021	2022	2023
Diesel	8.669	7.845	6.843
GPL	171	159	146
Benzina	334	520	561
Gas naturale	21.408	17.478	10.644
Energia elettrica	20.290	19.035	15.799
Totale	50.872	45.037	33.993



EMISSIONI

GRI 305-1 | Emissioni Scope 1 (tCO₂eq)

	2021	2022	2023
Diesel	641	580	506
GPL	11	10	10
Benzina	24	38	41
Gas naturale	1.203	985	601
Perdite di gas refrigeranti	228	154	161
Totale Scope 1	2.107	1.767	1.319

GRI 305-2 | Emissioni Scope 2 (tCO₂eq)

	2021	2022	2023
Location-Based	1.484	1.383	1.106
Market-Based ¹²	0	0	0

GRI 305-3 | Emissioni Scope 3 (tCO₂eq)

	2021	2022	2023
1. Beni e servizi acquistati	61.226	50.749	37.038
2. Beni strumentali	1.300	1.579	475
3. Attività connesse al consumo di combustibili e energia	401	353	275
4. Trasporto e distribuzione upstream – in entrata	2.639	3.031	1.289
Trasporto e distribuzione upstream – in uscita	3.472	3.938	3.001
5. Rifiuti generati dall'azienda	645	362	276
6. Viaggi di lavoro	0,4	4	4
7. Tragitto casa-lavoro ¹³	155	147	147
Totale Scope 3	69.839	60.163	42.504

¹² Le emissioni Scope 2 calcolate con il metodo *market based* sono nulle perché l'azienda consuma energia elettrica proveniente totalmente da fonti rinnovabili, in parte prodotta autonomamente tramite pannelli fotovoltaici, in parte acquistata e certificata da fonte 100% rinnovabile.

¹³ Per la metodologia di calcolo, si rimanda alla sezione "Nota metodologica".

ACQUA

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

	2021	2022	2023
<i>Prelievo da pozzi</i>	124	70	52
<i>Prelievo da acquedotto</i>	15	13	15
Totale prelievo idrico	139	83	67

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

	2021	2022	2023
<i>Scarico in impianto comunale</i>	133	80	66
Totale scarico idrico	133	80	66

GRI 303-5 | Consumo di acqua (ML)¹⁴

	2021	2022	2023
<i>Prelievo idrico totale</i>	139	83	67
<i>Scarico idrico totale</i>	133	80	66
Consumo totale di acqua	6	3	1

RIFIUTI

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

	2021	2022	2023
Solventi di laboratorio	<1	<1	<1
Packaging			
Carta	401	390	287
Plastica	22	25	19
Vetro	34	41	26
Rifiuti alimentari	17	8	28
Toner delle stampanti	<1	<1	<1
Rottami di alluminio	5	4	2
Terre decoloranti da filtrazione	179	195	112
Oli e grassi commestibili	2	1	<1
Fanghi prodotti da operazioni del frantoio	219	56	115
Altri differenziati	5.035	4.360	2.447
Rifiuti urbani non differenziati	3	0	0
Totale	5.917	5.080	3.039
<i>di cui pericolosi</i>	12	2	10
<i>di cui non pericolosi</i>	5.905	5.078	3.029
<i>di cui inviati a riciclo/recupero</i>	5.385	4.747	2.708
<i>di cui non inviati a riciclo/recupero</i>	532	333	331

¹⁴ Nell'ambito del calcolo del dato relativo al consumo di acqua, si sono resi disponibili dati di maggior dettaglio rispetto a quanto considerato e riportato nel Report di Sostenibilità 2021 per quanto riguarda l'anno 2021. I dati che si sono resi disponibili nel corso del 2022 hanno permesso di affinare il calcolo sia per l'anno di rendicontazione (2022) che, coerentemente, per l'annualità 2021, al fine di dare una rappresentazione quanto più affidabile e coerente possibile; il presente Report riporta quindi il dato più accurato.

GRI Content Index

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

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione			
GRI 2-1	Dettagli organizzativi	Pagg. 8; 20; 131	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Pag. 131	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Pag. 131	sosteniamoci@oliocarli.it
GRI 2-4	Revisione delle informazioni		Rispetto ai dati pubblicati nel Bilancio 2022, sono stati aggiornati i seguenti GRI: 2-8 Lavoratori non dipendenti; 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito; 302-1 e 305-1 Energia consumata e le relative emissioni di Scopo 1 305-3 Emissioni Scope 3.
GRI 2-5	Assurance esterna	Pagg. 158-160	
Attività e lavoratori			
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pagg. 36-37	
GRI 2-7	Dipendenti	Pag. 137	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	Pag. 137	
Governance			
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	Pag. 20	
GRI 2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Pag. 20	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	Pag. 20	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Pag. 22	
GRI 2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Pag. 22	
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Pag. 20	
GRI 2-15	Conflitti d'interesse	Pag. 23	
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	Pag. 23	
GRI 2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Pag. 20	
GRI 2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo		Il Consiglio di Amministrazione non è sottoposto a valutazione della performance con riferimento alla supervisione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.
GRI 2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Pag. 22	
GRI 2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Pag. 22	
GRI 2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale		Vincoli di riservatezza
Strategia, politiche e prassi			
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Pagg. 29-30	
GRI 2-23	Impegno in termini di policy	Pagg. 22-23	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	Pagg. 22-23	
GRI 2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	Pagg. 22-23	
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pag. 23	
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Pag. 23	
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	Pag. 23	
Coinvolgimento degli stakeholder			
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 42	
GRI 2-30	Contratti collettivi	Pag. 59	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
Temi materiali			
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Pagg. 34-41	
GRI 3-2	Elenco dei temi materiali	Pagg. 37-41	
Valorizzazione delle comunità locali			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39; 64-94	
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 43	
GRI 204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Pag. 94	
Condizione etica del business			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 20-41	
GRI 205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Pag. 136	
Sostenibilità dei materiali ed eco-design di prodotto			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39-76	
GRI 301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	Pagg. 143-144	
Climate Action			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 40; 103-117	
GRI 302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	Pagg. 145-146	
GRI 305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Pag. 147	
GRI 305-2	Emissioni di gas ad effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 147	
GRI 305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	Pag. 147	
Riduzione degli impatti della produzione			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 40; 117	
GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 117	
GRI 303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	Pag. 117	
GRI 303-3	Prelievo idrico	Pag. 148	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
GRI 303-4	Scarico idrico	Pag. 148	
GRI 303-5	Consumo idrico	Pag. 148	
GRI 306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Pagg. 111-113	
GRI 306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Pagg. 111-113	
GRI 306-3	Rifiuti generati	Pag. 149	
GRI 306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	Pag. 149	
GRI 306-5	Rifiuti conferiti in discarica	Pag. 149	
Gestione responsabile della catena di fornitura			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39; 91-101	
GRI 308-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	Pag. 136	
GRI 414-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	Pag. 136	
Sicurezza e diritti dei dipendenti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 38; 51-71	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 58-59	
GRI 403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Pag. 59	
GRI 403-3	Servizi per la salute professionale	Pagg. 57-59	
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Pagg. 57-59	
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 60	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pagg. 57-59	
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Pagg. 58-59	
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	Pag. 139	
GRI 406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Pag. 59	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
Benessere e sviluppo delle persone			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 38; 51-71	
GRI 401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	Pagg. 56; 138	
GRI 401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato part-time	Pag. 57	
GRI 404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	Pag. 140	
Diversità e pari opportunità			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 38; 51-71	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Pagg. 20; 141-142	
Sicurezza alimentare			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39; 76-77	
GRI 416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Pag. 77	
Qualità ed eccellenza dei prodotti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39; 76-77	
GRI 417-3	Casi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	Pag. 77	
Rispetto della privacy			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 41; 59; 60	
GRI 418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	Pag. 142	
Promozione di stili di vita sani attraverso la diffusione della dieta mediterranea			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 41; 119-127	
Soddisfazione e sicurezza dei clienti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pagg. 39; 68-71	





RELAZIONE SOCIETÀ DI REVISIONE

Relazione Società di Revisione



EY S.p.A.
Via Meucci, 5
10121 Torino

Tel: +39 011 5161611
Fax: +39 011 5612554
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sul Report di Sostenibilità

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del Report di Sostenibilità della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit (di seguito anche "la Società") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

Responsabilità degli Amministratori per il Report di Sostenibilità

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

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

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

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

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

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 - 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 - 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 2.600.000,00 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Responsabilità della società di revisione

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

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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



Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Report di Sostenibilità della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Report di Sostenibilità.

Genova, 28 giugno 2024

EY S.p.A.

A handwritten signature in black ink that reads 'Luigi Conti'.

Luigi Conti
(Revisore Legale)



Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Via Garessio 11, 18100 Imperia

www.oliocarli.it