

Report di Sostenibilità 2024

Il nostro Progresso Responsabile:
tradizione, eccellenza, ambiente

Certified



Corporation

Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Report di Sostenibilità 2024



INDICE

La nostra tradizione è l'eccellenza, il nostro domani è nella cura del presente		5	
Fratelli Carli		6	
Un'azienda di famiglia		9	
Una storia di eccellenza ultracentenaria		10	
Cura, passione, tradizione		13	
I prodotti		14	
Responsabilità, etica e trasparenza		18	
Il nostro Progresso Responsabile: tradizione, eccellenza, ambiente		24	
B Corp Certificata		26	
Fratelli Carli diventa anche Società Benefit		27	
I Pilastri di Sostenibilità		28	
Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)		29	
L'analisi di materialità: i temi più importanti		32	
La catena del valore di Fratelli Carli		36	
I portatori di interesse		42	
Una visione di lungo termine		44	
Persone		52	
I dipendenti. Il valore di chi fa l'Azienda ogni giorno		58	
La comunità. Insieme per il territorio e le persone		66	
I Clienti. Il Cuore della Nostra Storia		69	
Prodotti e Materiali		74	
Solo prodotti di altissima qualità		78	
Solo materiali scelti con cura		85	
Filiera di fornitura		88	
La nostra filiera, il valore del territorio		92	

Energia e Risorse		98
Energia da fonti rinnovabili ed efficienza		102
Un approccio integrato per la gestione responsabile delle risorse		108
Cultura e tradizione mediterranea		112
Cultura, tradizione, sostenibilità		116
	Nota metodologica	120
	Perimetro di rendicontazione e metodologie di calcolo	123
	Tabella di raccordo GRI – Temi materiali	125
	Profilo d'impatto	126
Appendice	127	
Indicatori economici	127	
Indicatori sociali	129	
Indicatori ambientali	135	
GRI Content Index		142
Relazione Società di Revisione		148



“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.

Giovanni Carli
Piano di sviluppo, 1961

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

Il 2024 è stato **un altro anno di grandi sfide per il mercato oleario**, alle quali abbiamo **risposto con l'esperienza della nostra tradizione**, senza mai scendere a compromessi sulla qualità dei prodotti da offrire ai nostri clienti e **con lo sguardo, come sempre, rivolto al futuro**.

Uno sguardo che con **chiarezza, coraggio e determinazione**, ci ha portato a costruire un **piano strategico aziendale** che mira ad affrontare il cambiamento, mettendo al centro **l'innovazione senza dimenticare i valori che da sempre ci guidano**.

Lo abbiamo fatto **investendo sulle persone, pianificando nuovi progetti e ponendo la sostenibilità sempre di più al centro** delle nostre decisioni.

Non come un impegno a sé stante, ma come parte integrante del nostro modo di fare impresa: **un principio “by design” che attraversa ogni funzione aziendale** e si traduce in azioni concrete, misurabili e condivise.

Il nostro **Piano di Sostenibilità** da sempre articolato in cinque pilastri – Persone, Prodotti e Materiali, Filiera di Fornitura, Energia e Risorse, Cultura e Tradizione Mediterranea – si è rafforzato nel tempo, diventando sempre più **preciso, strutturato e pervasivo**.

In questo bilancio **raccontiamo i risultati raggiunti lungo questo cammino**, ma anche **i nuovi obiettivi che ci siamo posti** per i prossimi anni.

Per noi rendicontare significa dare **evidenza della coerenza tra ciò che affermiamo e ciò che realizziamo** e rinnovare il nostro patto di fiducia con tutti voi: clienti, collaboratori, fornitori e comunità.

Claudia, Gian Franco e Carlo Carli

Claudia Carli *Gianfranco 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



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

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

Giovanni Carli

nel Cinquantenario di Fratelli Carli, 1961

FRATELLI
Carli
— DAL 1911 —

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.

 **21**
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 ai clienti avvengono in pochi giorni grazie ad un sistema di logistica capillare. Sul territorio nazionale, queste sono effettuate da consegnatari di fiducia, 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 21 Empori** e può quindi offrire un modello di vendita omnicanale, in grado di fornire a ciascun cliente il miglior punto di contatto per le proprie esigenze.

Una storia
di eccellenza
ultracentenaria

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

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

Oneglia 1911

La forza di un'idea



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

1920

La creatività dà forma alla storia dell'azienda

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



1948

Il primo listino dopo la guerra



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

1972

Il pioneristico Centro Meccanografico



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

1997

Nasce Mediterranea



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

2011

Cento anni di attività



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

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



FRATELLI
Carli
— DAL 1911 —

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.

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.

I nostri Elementi distintivi di marca

“ 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 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 "buona cucina" 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 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 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 tre uomini. Due consiglieri fanno parte della fascia d’età dai 30 ai 50 anni, mentre i restanti due sono appartenenti alla fascia d’età superiore.

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 che dal Comitato di Direzione**, con cui collaborano attivamente per garantire una gestione sostenibile dell'azienda.

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



Comitato di Sostenibilità

- 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** 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.

Per quanto riguarda la **parte remunerativa**, il **Consiglio di Amministrazione** amministra un budget determinato dall'Assemblea dei Soci. All'interno del CdA, a seconda degli incarichi, viene definita la ripartizione del budget. **Per la classe dirigenziale, sono presenti sia componenti di retribuzione fissa che variabile**. Non viene previsto alcun bonus di ingresso e viene rispettato il pagamento del TFR (Trattamento di Fine Rapporto).

Non sono presenti clausole contrattuali particolari relative alle performance di sostenibilità, ma sono previsti benefici pensionistici e politiche retributive che, sebbene non siano codificate in modo specifico, sono legate al raggiungimento degli obiettivi aziendali. **Esiste una procedura per la determinazione della remunerazione**, che viene periodicamente aggiornata.

13 membri

il Comitato di Sostenibilità

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** è affidata 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 2024 non sono state ricevute segnalazioni di conflitti di interesse. Alcuni consiglieri sono membri, oltre che di quello di Fratelli Carli, anche di altri Consigli di Amministrazione: lo Statuto prevede che la partecipazione al Consiglio Direttivo di altre aziende non violi il principio di concorrenza.

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

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

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

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



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

IL NOSTRO PROGRESSO RESPONSABILE: TRADIZIONE, ECCELLENZA, AMBIENTE

“ Per beneficio comune si intende il 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 è stata, nel 2014, la prima realtà produttiva italiana a ottenere la certificazione di Benefit Corporation¹ con l'aspirazione di costruire un futuro migliore per le persone e per il pianeta.

Essere B Corp significa, infatti, non solo aspirare ad essere la migliore azienda del mondo, ma la migliore azienda per il mondo.

L'iter di certificazione, attraverso il rigoroso modello di controllo B Impact Assessment, dà conto dell'impatto sociale e ambientale delle organizzazioni. Fratelli Carli ha completato il processo di certificazione per la prima volta nel 2014, per poi ricertificarsi nel 2016, nel 2019 e nel 2024.

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.

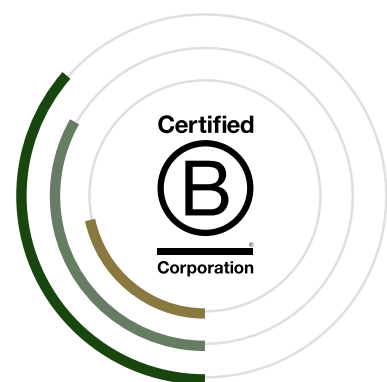
Si specifica che B Lab non è un organismo di valutazione della conformità ai sensi del Regolamento (UE) n. 765/2008 o un organismo di normazione ai sensi del Regolamento (UE) n. 1025/2012 e che il BIA è indipendente da standard armonizzati e non è ratificato da parte di istituzioni pubbliche.

PUNTEGGIO COMPLESSIVO B IMPACT

85,3

Sulla base della valutazione di impatto, Fratelli Carli SpA ha ottenuto un punteggio complessivo di 85,3.

Il punteggio medio delle imprese che partecipano alla valutazione è attualmente 50,9.



80

Punteggio necessario per ottenere la certificazione B Corp

50,9

Punteggio medio delle società

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



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**.

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 possibilità. 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.

+9.000

B Corp nel mondo

+4.500

le Società Benefit in Italia

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

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 nuovamente nel 2024 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.

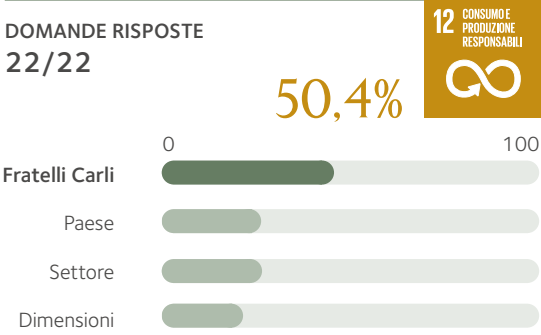
La valutazione ha permesso anche di evidenziare come Fratelli Carli impatti positivamente anche tutti gli altri SDG e non solo quelli di riferimento. Un’indicazione importante che rende evidente l’impegno e la sensibilità dell’azienda nel suo operare quotidiano.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



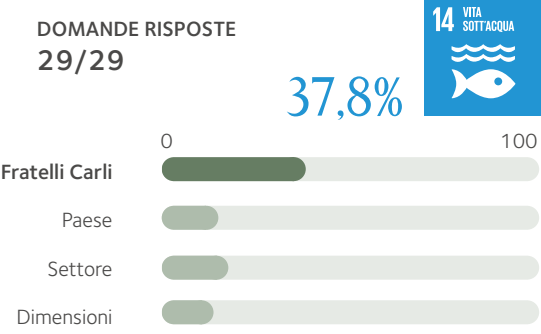
OBIETTIVI

PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



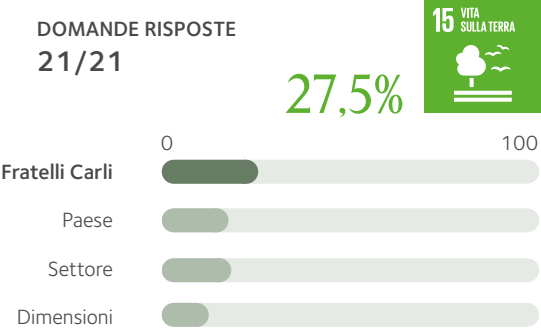
SDG 12
Consumo e produzione responsabili

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.



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.



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

Fratelli Carli nel 2023 ha svolto l'analisi di materialità propedeutica all'identificazione dei temi di sostenibilità maggiormente rilevanti per l'azienda, in materia economica, ambientale e sociale. Sulla base del contesto di riferimento, i temi sono considerati ancora attuali anche per l'anno 2024.

In particolare, l'analisi è stata condotta secondo la metodologia degli Standard del Global Reporting Initiative (GRI 2021).

L'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*).

L'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.

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.



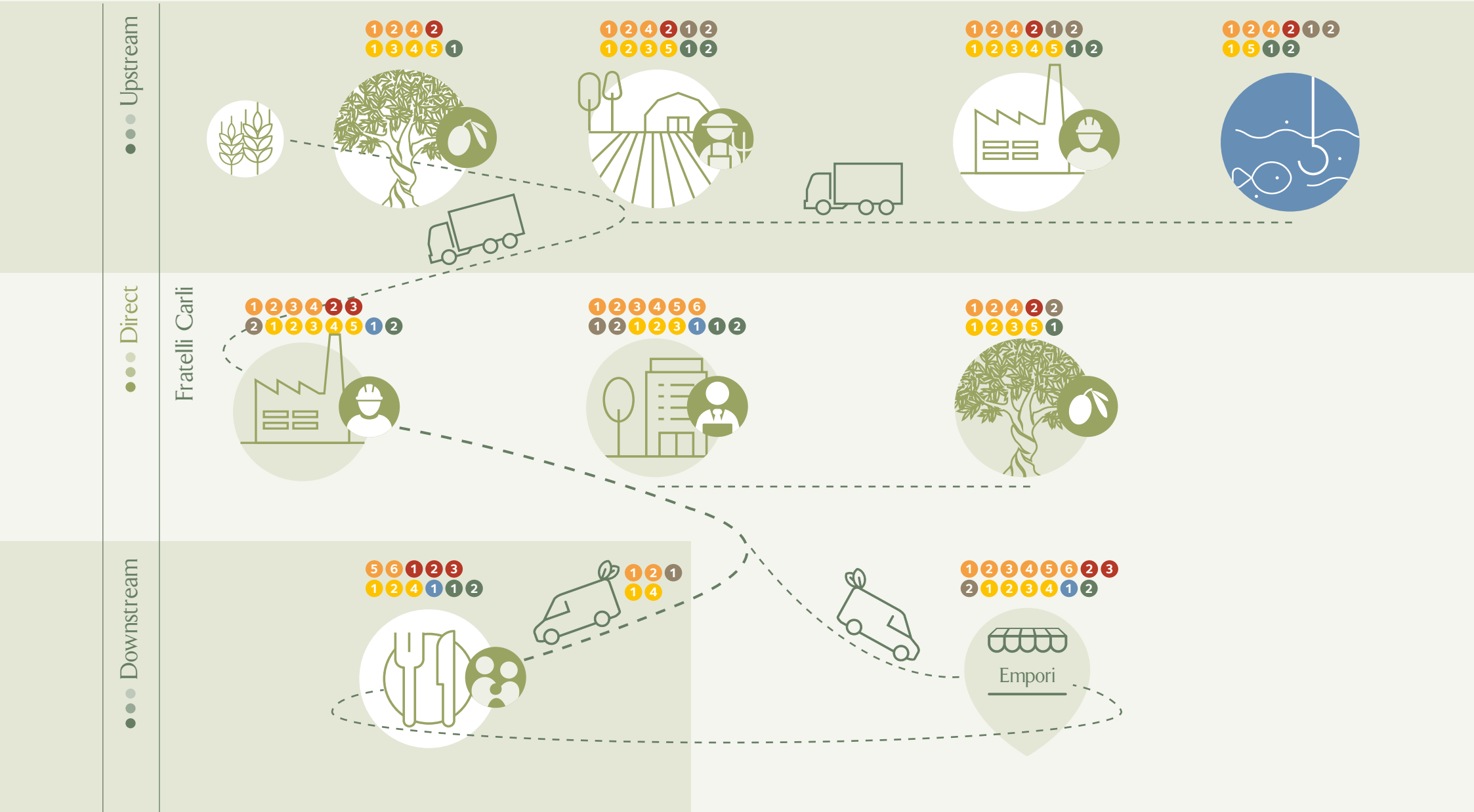
Infine, è stata poi riefettuata un'**analisi media** utile a tracciare le pressioni esterne provenienti dai principali canali di comunicazione. Sulla base delle informazioni raccolte e tenendo in considerazione tutte le fasi della value chain, sono stati quindi **identificati gli impatti** che Fratelli Carli genera o potrebbe generare.

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

- la **gravità** dell'impatto, definita a sua volta dallo "scope" (quanto frequentemente e diffusamente si verifica lungo la catena del valore), dalla "scale" (ovvero la gravità dell'impatto che si verifica) e dal carattere di irrimediabilità (la possibilità di 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 le 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
	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
Materiali e prodotti	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 CO₂. 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 Italia⁴.	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 Carli⁴.	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 vigente⁴.	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 costante⁵.	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 prospect⁵.	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 e il Museo
Fornitori	Sito istituzionale Presentazioni e questionari su tematiche di sostenibilità Riunioni ed eventi congiunti sui Codici
Enti regolatori	Sito istituzionale Certificazioni
Sindacati	Contrattazioni Partecipazione a riunioni/ eventi
Comunità locali	Sito istituzionale Comunicazione esterna Comunicati stampa Collaborazioni con organizzazioni esterne
Associazioni di categoria	Sito istituzionale Partecipazione a riunioni/ eventi
Organizzazioni di settore e B Corp	Sito istituzionale Partecipazione ad eventi della comunità B Corp Iniziative specifiche

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

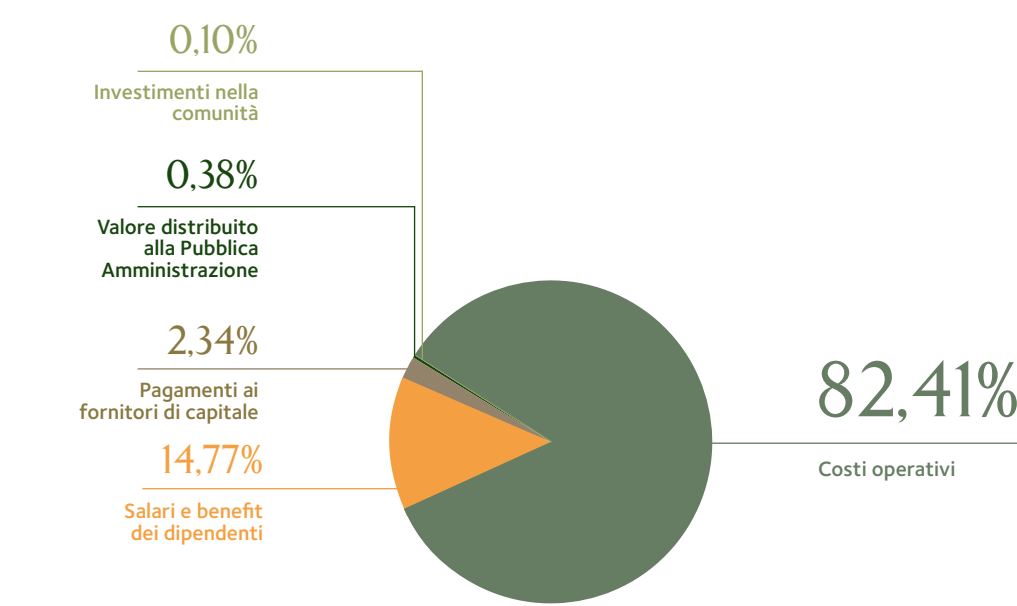
Il valore generato da Fratelli Carli viene in gran parte ridistribuito al territorio locale, prevalentemente in Italia, attraverso la creazione di occupazione e la scelta di fornitori locali.

€124 milioni

valore economico direttamente generato nel 2024

Nel 2024 il valore economico direttamente generato è stato pari a €124 milioni, in diminuzione rispetto all'anno precedente del 10%, il valore economico trattenuto si attesta attorno a € 7 milioni, in aumento rispetto allo scorso anno.

Valore economico distribuito (2024)



Nel seguente grafico viene rappresentato il valore economico distribuito (€117,1 milioni): in particolare, l'82% è da imputarsi a costi operativi, il 15% al costo del personale (salari e benefit), mentre la restante quota è spartita fra gli investimenti nella comunità (sponsorizzazioni) e i pagamenti ai fornitori.

UNA VISIONE DI LUNGO TERMINE

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



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

Patrizia Sacco
Sustainability & B Corp Coordinator

Una visione di lungo termine

Per Fratelli Carli, avere una visione di lungo periodo significa guardare al futuro partendo dalle proprie radici e dalle solide fondamenta costruite pazientemente nel corso degli anni.

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

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

Il piano si poggia sui Pilastri di Sostenibilità, che delineano chiaramente le finalità di beneficio comune e l'impatto generato sui temi materiali e sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goal – SDG) di riferimento. Una base di lavoro solida e condivisa che rende evidente l'importanza e la profondità delle tematiche di sostenibilità in ogni ambito dell'attività lavorativa.

Il 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.



SDG

3

SALUTE E BENESSERE

8

LAVORO DECENTO E CRESCITA ECONOMICA

12

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

TEMI MATERIALI

• Salute e **sicurezza** sul luogo di lavoro

• Benessere e sviluppo delle **persone**

• Diversità, inclusione e **pari opportunità**

• Benessere delle persone nelle **comunità locali** e **globali**

• Soddisfazione e sicurezza dei **clienti**

SDG

3

SALUTE E BENESSERE

12

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

14

VITA SOTT'ACQUA

15

VITA SULLA TERRA

TEMI MATERIALI

• Qualità ed eccellenza dei **prodotti**

• **Sicurezza** alimentare

• Sostenibilità dei **materiali** ed **eco-design** del prodotto

Tabella di raccordo

SDG
Temi materiali
Pilastr
Piano di Sostenibilità
2024-2027

Persone

Prodotti e Materiali

pag. 52

pag. 74

OBIETTIVI 2024-2027

DIPENDENTI

- Perseguire un **Indice di Frequenza degli infortuni (IR) stabile e inferiore a 8**, mantenendo l'**Indice di Gravità*** pari a **zero**
- **Organizzazione di almeno una campagna di visite mediche di prevenzione gratuite all'anno**, in collaborazione con **enti specializzati nella prevenzione e assistenza sanitaria**
- **Partecipazione continuativa al programma WHP dell'ASL**, con attivazione di almeno **1 iniziativa/anno** per la promozione di stili di vita sani
- **Aumento del numero medio di ore di formazione** pro capite **del 25%** entro il 2027 (baseline: ore medie erogate nel 2023)
- **Aumentare del 30%**, entro il 2027, le **ore di formazione annuali** dedicate a temi ESG, trasformazione digitale e innovazione responsabile, con particolare attenzione all'etica tecnologica, alla cybersicurezza e all'impatto sociale delle nuove soluzioni
- Implementazione di un **progetto di visual management interno** per la diffusione trasparente delle informazioni aziendali, con obiettivo di copertura di almeno 3 aree aziendali entro il 2027

* Entrambi gli indici sono calcolati secondo la metodologia prevista dallo standard GRI 403-9:
• **L'Indice di Frequenza (IR)** misura il rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro e il numero totale di ore lavorate moltiplicato per 1.000.000
• **L'Indice di Gravità** indica il rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro con conseguenze gravi (menomazioni permanenti o assenze prolungate) e il numero totale di ore lavorate per 1.000.000
Tali indicatori sono coerenti con i requisiti della norma ISO 45001:2018.

COMUNITÀ

- Confermare l'impegno nel **contrasto alla povertà alimentare**, assicurando ogni anno la **donazione** di un significativo quantitativo di **prodotti** – pari ad **almeno 8 tonnellate** – a enti e associazioni che supportano persone e famiglie in difficoltà
- Realizzare almeno **un'iniziativa solidale all'anno a supporto dell'infanzia e delle famiglie**, in collaborazione con enti del terzo settore o realtà locali
- Sostenere ogni anno almeno **un progetto attivo per l'accesso all'acqua potabile** in aree prive di questa risorsa

- Realizzare almeno un **intervento** di miglioramento all'anno **per la fruibilità e funzionalità degli spazi comuni aziendali** (es. aree relax, spazi pranzo, zone per incontri informali), monitorato tramite indagini di gradimento o focus group interni
- Mantenere una percentuale di **donne sul totale dell'organico pari o superiore al 50%**
- **Mantenere nulle le segnalazioni ricevute tramite il canale whistleblowing**, con redazione annuale di un report sulla gestione del canale stesso
- **Incrementare di almeno il 5% la presenza femminile** in ruoli di responsabilità entro il 2027 (baseline 2023)
- Attivare almeno **un'iniziativa all'anno** di sensibilizzazione o formazione **su inclusione, discriminazioni e pari opportunità**

CLIENTI

- Garantire la **gestione tempestiva delle richieste e segnalazioni ricevute** tramite messaggi diretti e pubblici su social network (Facebook, Google, LinkedIn), recensioni su Trustpilot, richieste di contatto dai siti e mail, assicurando una **risposta entro 8 ore lavorative nel 90% dei casi**
- Mantenere una percentuale di **consegne puntuali** e senza errori pari o superiore al **97%**
- Mantenere il **tasso di reso inferiore al 2%** annuo come indicatore della soddisfazione post-acquisto e dell'allineamento tra aspettative e prodotto ricevuto
- Mantenere su **Trustpilot** un **punteggio medio annuo ≥ 4,5/5**, considerando tutte le nazioni servite
- Riconfermare annualmente la certificazione ISO 27001 a garanzia di un sistema di gestione strutturato per la **sicurezza delle informazioni** e la **tutela dei dati personali dei clienti**, nel rispetto dei più alti standard internazionali

OBIETTIVI 2024-2027

PRODOTTI

- Sviluppare il **100% dei nuovi prodotti con ricette che seguono la tradizione alimentare ligure e italiana**
- **Zero richiami di prodotto** per non conformità alimentare o rischi per la salute
- Completare l'**analisi SLCA** sul **55%** dei prodotti entro il 2027
- **100% delle ricette** di Olio Carli **analizzate** nel **Laboratorio interno**

MATERIALI

- Mantenere **oltre il 97% la quota del cartone certificato FSC** sul totale cartone utilizzato su tutti i pack di prodotto venduti
- Progettare i pack in modo da garantire sempre che **almeno il 90% dei componenti** sia **differenziabile**
- Mantenere la **percentuale di plastica** sul totale dei **materiali acquistati sotto il 2%**
- Realizzare almeno **2 progetti di redesign di packaging** a ridotto impatto ambientale entro il 2027

SDG

7

ENERGIA PULITA
E ACCESSIBILE

8

LAVORO DECENTO
E CRESCITA
ECONOMICA

12

CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI

17

PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI

TEMI MATERIALI

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

SDG

7

ENERGIA PULITA
E ACCESSIBILE

12

CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI

TEMI MATERIALI

- Climate Action**
- Riduzione degli **impatti della produzione**
 - Gestione dei **rifiuti** e degli **sprechi**
 - Gestione della **risorsa idrica**
 - Gestione degli impatti sulla **biodiversità**

SDG

12

CONSUMO E
PRODUZIONE
RESPONSABILI

TEMI MATERIALI

- Promozione di **stili di vita sani** attraverso la diffusione della **Dieta Mediterranea**

Tabella
di raccordo

SDG
Temi materiali
Pilastri
Piano di
Sostenibilità
2024-2027

Filiera di
fornitura



pag. 88

Energia
e Risorse



pag. 98

Cultura e
tradizione
mediterranea



pag. 112

OBIETTIVI 2024-2027

- Proseguire l'attività di **mappatura ESG**, promuovendo la **partecipazione dei fornitori rilevanti**** con l'obiettivo di mantenere una **copertura superiore al 75%** in termini di spesa
- Mantenere oltre il **70%** la quota del **budget** totale di approvvigionamento speso sui **fornitori locali** situati in **Italia**
- Completare la **mappatura ESG per il 100% dei nuovi fornitori rilevanti** entro il primo anno di collaborazione
- Raggiungere entro il 2027 una quota di **fornitori rilevanti certificati B Corp e/o Società Benefit** che rappresenti almeno il **12% del totale** di spesa

** Ai fini dell'analisi, sono stati considerati *fornitori rilevanti* quelli che, complessivamente, rappresentano l'80% del valore totale delle spese sostenute dall'azienda per l'acquisto di beni e servizi.

OBIETTIVI 2024-2027

- Mantenere il **100% di energia elettrica da fonti rinnovabili** sul totale approvvigionato
- Aumentare del 5%** la quota di **energia elettrica** proveniente da fonti rinnovabili **autoprodotta** entro il 2027
- Favorire la **progressiva riduzione dell'indice di Carbon Intensity*****, attraverso interventi mirati di **efficienza energetica** e **innovazione tecnologica**, con monitoraggio annuale dei progressi.

*** L' "**Indice di Carbon Intensity**" viene calcolato come rapporto tra le tonnellate di CO₂ equivalente emesse (Scope 1 e 2) e le tonnellate di prodotti venduti (tCO₂eq/t prodotti venduti) e come rapporto tra le tonnellate di CO₂ equivalente emesse (Scope 1 e 2) e i milioni di fatturato (tCO₂eq/M euro di fatturato).

- Aumentare del 10%** entro il 2027 la quota di **veicoli aziendali ibridi o elettrici** sul totale del parco mezzi
- Promuovere una **progressiva riduzione degli indici di intensità ambientale**** dello stabilimento produttivo di Gazzelli** – dedicato alla produzione delle specialità alimentari in vaso – con particolare riferimento sia alla generazione di rifiuti che al consumo idrico, attraverso misure di **prevenzione, efficientamento dei processi** e una **gestione ottimizzata degli scarti e della risorsa acqua**.

**** Per "**indice di intensità dei rifiuti**" si intende il rapporto tra i rifiuti totali generati (espressi in tonnellate) e la produzione fisica dell'impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l'indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti.

OBIETTIVI 2024-2027

- Mantenere o **incrementare** il numero annuale di **visitatori al Museo dell'Olivo**
- Consolidare la **diffusione di contenuti dedicati alla sostenibilità tramite e-mail marketing**, mantenendo o incrementando il numero di invii annuali rivolti ai clienti
- Assicurare la **pubblicazione regolare**, su base mensile, di **contenuti digitali dedicati alla sostenibilità** su tutti i canali social aziendali attivi nelle diverse nazioni servite
- Garantire la **partecipazione** del Museo dell'Olivo **ad almeno un'iniziativa culturale nazionale** all'anno su impresa e sviluppo sostenibile

Per "**indice di intensità idrica**" si intende il rapporto tra l'acqua complessivamente utilizzata (espressa in m³) e la produzione fisica dell'impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l'indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti.

Persone



Clienti, Dipendenti, Comunità

“



Massimo Belmonte
Direttore Risorse Umane

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.



Dipendenti Obiettivi 2024-2027

PROMUOVERE LA SALUTE E LA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

- Perseguire un **Indice di Frequenza degli infortuni (IR)* stabile e inferiore a 8**, mantenendo l'**Indice di Gravità*** pari a zero
- Organizzazione di almeno una campagna di visite mediche di prevenzione gratuite all'anno**, in collaborazione con **enti specializzati nella prevenzione e assistenza sanitaria**
- Partecipazione continuativa al programma WHP dell'ASL**, con attivazione di almeno **1 iniziativa/anno** per la promozione di stili di vita sani

SOSTENERE IL BENESSERE E LO SVILUPPO DELLE PERSONE

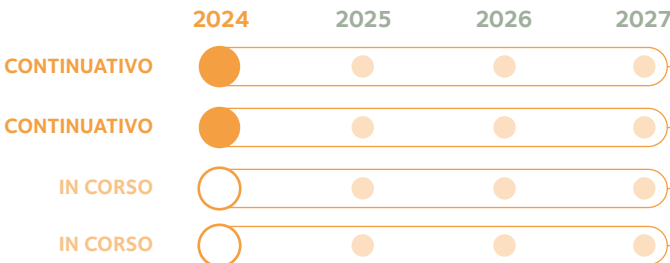
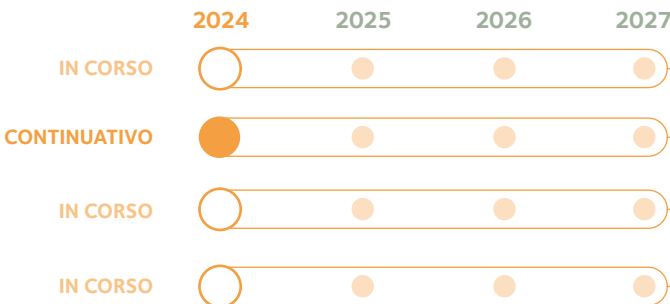
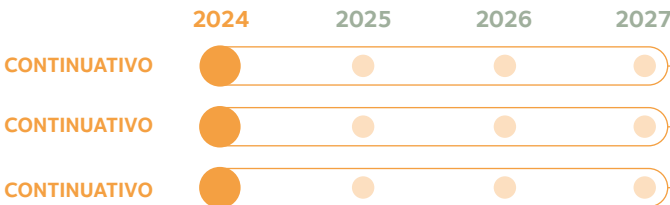
- Aumento del numero medio di ore di formazione** pro capite **del 25%** entro il 2027 (baseline: ore medie erogate nel 2023)
- Aumentare del 30%**, entro il 2027, le **ore di formazione annuali** dedicate a temi ESG, trasformazione digitale e innovazione responsabile, con particolare attenzione all'etica tecnologica, alla cybersicurezza e all'impatto sociale delle nuove soluzioni
- Implementazione di un **progetto di visual management interno** per la diffusione trasparente delle informazioni aziendali, con obiettivo di copertura di almeno 3 aree aziendali entro il 2027
- Realizzare almeno un **intervento** di miglioramento all'anno **per la fruibilità e funzionalità degli spazi comuni aziendali** (es. aree relax, spazi pranzo, zone per incontri informali), monitorato tramite indagini di gradimento o focus group interni

FAVORIRE LA DIVERSITÀ, L'INCLUSIONE E LE PARI OPPORTUNITÀ

- Mantenere una percentuale di **donne sul totale dell'organico pari o superiore al 50%**
- Mantenere nulle le segnalazioni ricevute tramite il canale whistleblowing**, con redazione annuale di un report sulla gestione del canale stesso.
- Incrementare di almeno il 5% la presenza femminile** in ruoli di responsabilità entro il 2027 (baseline 2023)
- Attivare almeno un'iniziativa all'anno di sensibilizzazione o formazione su inclusione, discriminazioni e pari opportunità**

* Entrambi gli indici sono calcolati secondo la metodologia prevista dallo standard GRI 403-9:
• **L'Indice di Frequenza (IR)** misura il rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro, esclusi quelli in itinere, e il numero totale di ore lavorate moltiplicato per 1.000.000
• **L'Indice di Gravità** indica il rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro con conseguenze gravi (menomazioni permanenti o assenze prolungate) e il numero totale di ore lavorate per 1.000.000
Tali indicatori sono coerenti con i requisiti della norma ISO 45001:2018.

Obiettivo ● raggiunto ○ in corso ● non raggiunto



Risultati 2024

3,52 Indice di Frequenza degli infortuni
0 Indice di Gravità degli infortuni
1 campagna di prevenzione oncologica gratuita svolta nell'anno
si veda pag. 68

19,6% l'incremento delle ore di formazione pro capite nel 2024
1.021 le ore dedicate alla formazione su questi temi nel 2024
si veda pag. 62
si veda pag. 62

51,2% la percentuale di donne presenti in azienda
0 segnalazioni ricevute
si veda pag. 59
si veda pag. 59

Highlights 2024

quasi **1.300** le visite di prevenzione oncologica gratuite svolte in azienda dal 2016

134 i dipendenti in azienda da oltre **20 anni**

355 i dipendenti al 31.12.2024

351 le ore di formazione dedicate alle sostenibilità

100% i dipendenti con contratto a tempo indeterminato che hanno usufruito del credito welfare

51,2% la percentuale di donne presenti in azienda

19,6% l'incremento delle ore medie di formazione per persona nel 2024

+12,7% l'incremento delle ore di formazione totali nel 2024

Comunità Obiettivi 2024-2027

PROMUOVERE IL BENESSERE DELLE PERSONE NELLE COMUNITÀ LOCALI E GLOBALI

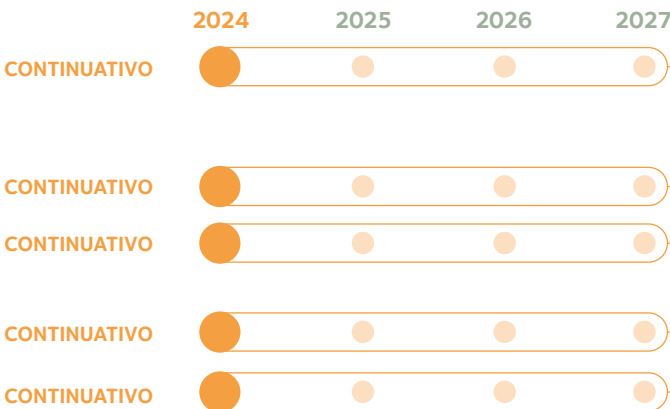
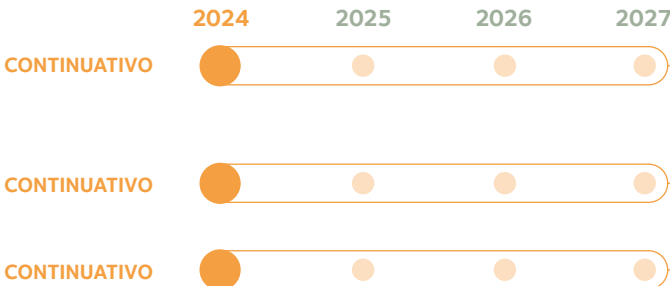
- Confermare l’impegno nel **contrasto alla povertà alimentare**, assicurando ogni anno la **donazione** di un significativo quantitativo di **prodotti** – pari ad **almeno 8 tonnellate** – a enti e associazioni che supportano persone e famiglie in difficoltà
- Realizzare almeno **un’iniziativa solidale all’anno a supporto dell’infanzia e delle famiglie**, in collaborazione con enti del terzo settore o realtà locali
- Sostenere ogni anno almeno **un progetto attivo per l’accesso all’acqua potabile** in aree prive di questa risorsa

Clienti Obiettivi 2024-2027

SODDISFAZIONE E SICUREZZA DEI CLIENTI

- Garantire la **gestione tempestiva delle richieste e segnalazioni ricevute** tramite messaggi diretti e pubblici su social network (Facebook, Google, LinkedIn), recensioni su Trustpilot, richieste di contatto dai siti e mail, assicurando una **risposta entro 8 ore lavorative nel 90% dei casi**.
- Mantenere una percentuale di **consegne puntuali** e senza errori pari o superiore al **97%**
- Mantenere il **tasso di reso inferiore al 2%** annuo come indicatore della soddisfazione post-acquisto e dell’allineamento tra aspettative e prodotto ricevuto
- Mantenere su **Trustpilot** un **punteggio medio annuo ≥ 4,5/5**, considerando tutte le nazioni servite
- Riconfermare annualmente la certificazione ISO 27001 a garanzia di un sistema di gestione strutturato per la **sicurezza delle informazioni** e la **tutela dei dati personali dei clienti**, nel rispetto dei più alti standard internazionali

Obiettivo ● raggiunto ○ in corso ● non raggiunto



Risultati 2024

8,87 le tonnellate di prodotti donati

si veda pag. 67

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

94,8 % le risposte fornite ai clienti entro 8 ore

98,9% le consegne a domicilio dei nostri prodotti effettuate senza errori o ritardi

1,46% i resi sul totale delle confezioni vendute in ogni mercato servito

Visita ispettiva di conformità superata il 1/3/2024

4,8/5 la valutazione complessiva dei clienti su Trustpilot per tutti i mercati serviti

Highlights 2024

52.260 risposte fornite ai clienti via mail, lettera o chat

oltre 3.500 le ore di formazione per le risorse degli Empori e del Customer Care per rispondere sempre meglio alle esigenze dei clienti

3 minuti la durata media della telefonata al nostro call center

oltre 30 le associazioni sostenute con la donazione di prodotti

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

94,8% le risposte fornite ai clienti entro 8 ore

I dipendenti. Il valore di chi fa l'azienda ogni giorno

Per Fratelli Carli, i dipendenti sono da sempre il cuore pulsante dell'azienda, le persone che con passione e dedizione ne costruiscono il successo quotidiano. Creare per loro un ambiente di lavoro positivo, sicuro e stimolante è una priorità assoluta, un impegno che si riflette concretamente nella vita aziendale.

Questa profonda attenzione alle persone è stata riconosciuta a livello nazionale: per il **terzo anno consecutivo**, Fratelli Carli è stata annoverata tra le **Italy's Best Employers**.

Questo prestigioso ranking, stilato da Statista in collaborazione con il Corriere della Sera e basato sulle **opinioni dirette di oltre 20.000 dipendenti italiani**, ha posizionato Fratelli Carli, nel 2024, al **secondo posto assoluto** nella classifica generale, a pari merito con il primo classificato (Google) e distinguendola come la migliore nel settore Alimentari e Bevande.

La nostra squadra: persone di famiglia

Il riconoscimento **Italy's Best Employers** è un risultato che premia la **squadra di Fratelli Carli**, composta da persone con esperienze e competenze diverse che insieme portano avanti una storia lunga oltre un secolo.

Alla fine del 2024, il personale in forza presso Fratelli Carli era composto da **355 dipendenti diretti**, in **leggera riduzione rispetto al 2023**.



91,54%
dei dipendenti ha un contratto
a tempo indeterminato

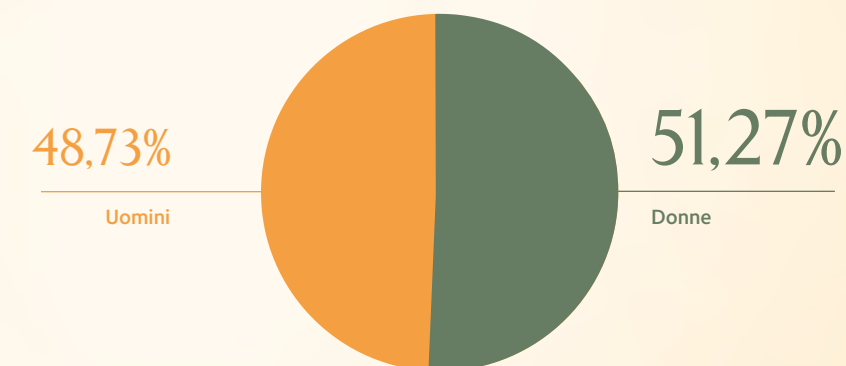
Un dato importante che testimonia la forza dei legami interni è la **stabilità** e la **fiducia reciproca**, che superano il semplice rapporto lavorativo: **il 91,54% del personale ha un contratto a tempo indeterminato (di cui il 73% a tempo pieno)** e ben **134 dipendenti sono in Fratelli Carli da oltre 20 anni, rappresentando più del 37% della forza lavoro**. Questa solidità permette la costruzione di competenze solide e preziose.

Nel 2024, la presenza femminile ha raggiunto il 51,2%, a conferma dell'attenzione costante che Fratelli Carli dedica alla valorizzazione delle donne in azienda.

I principi di non discriminazione, pari opportunità, dignità e inclusione guidano l'approccio alla diversità, promuovendo il rispetto e la valorizzazione di ogni persona a tutti i livelli. Fratelli Carli, infatti, crede in un ambiente di lavoro dove ogni persona possa esprimere al meglio le proprie potenzialità, in un clima fondato sul rispetto, sull'ascolto e sulla valorizzazione delle diversità.

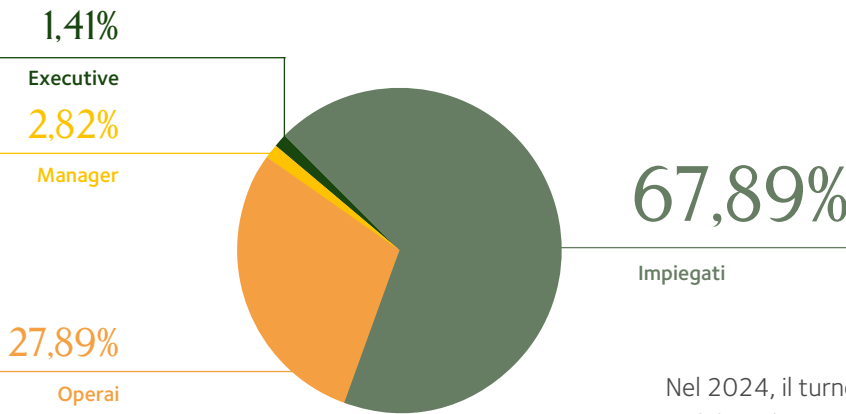
Un impegno che si traduce in una crescita continua, orientata a promuovere una cultura sempre più inclusiva e consapevole, capace di evolversi nel tempo e di riflettersi sia nell'organizzazione interna sia nel dialogo con la comunità. Un percorso sempre in evoluzione che prevede, nei prossimi anni, un impegno ancora più forte e strutturato su questi temi.

Dipendenti per genere (2024)



Per il terzo anno consecutivo, Fratelli Carli ha ottenuto il riconoscimento di **Italy's Best Employers** come migliore azienda operante nel settore Alimentari e Bevande, posizionandosi al **secondo posto assoluto** nella classifica generale nazionale

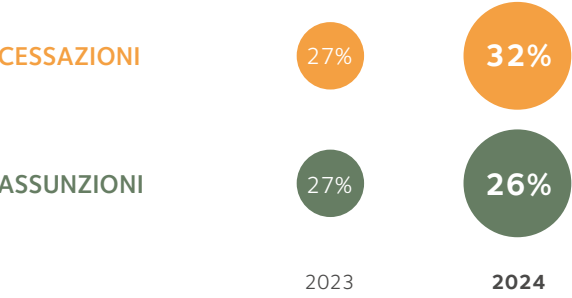
Dipendenti per categoria professionale (2024)



La composizione della squadra di Fratelli Carli mostra una realtà fatta soprattutto di impiegati e operai, con manager e dirigenti che rappresentano circa **il 4% del totale**. Un equilibrio che riflette un approccio concreto e collaborativo, dove ogni ruolo contribuisce al successo condiviso.

Nel 2024, il turnover ha mantenuto un andamento stabile, in linea con gli anni precedenti. Le nuove assunzioni, guidate principalmente da esigenze stagionali e dall’apertura di nuovi Empori, hanno registrato a una diminuzione della **presenza femminile del 7,14% e di quella maschile del 4,95% rispetto all'anno precedente**. Le cessazioni, invece, hanno riguardato per lo più la naturale conclusione di contratti a termine e collaborazioni stagionali.

Turnover (tasso di assunzioni e cessazioni)



Il 37%
dei dipendenti è in azienda
da oltre 20 anni



Salute e sicurezza:
un impegno quotidiano
per il benessere

La salute e la sicurezza sul lavoro sono una priorità assoluta per Fratelli Carli. **L'azienda considera la sicurezza e i diritti di tutti i suoi dipendenti e collaboratori un bene da proteggere con un impegno costante che si traduce in azioni concrete per tutelare il benessere di chi ogni giorno contribuisce al suo successo.**

Un solido sistema di gestione per la salute e la sicurezza sul lavoro

Fratelli Carli garantisce piena conformità ai requisiti normativi in materia di salute e sicurezza, in particolare al D.Lgs. 81/08, attraverso **un Sistema di Gestione integrato ambiente e Sicurezza sul Lavoro (SGI) solido e strutturato, conforme alle Linee Guida UNI-INAIL**. Questo sistema, implementato su base volontaria, è uno strumento essenziale per la valutazione, prevenzione e riduzione dei rischi, volto a **tutelare il benessere fisico e mentale di tutte le persone che lavorano in azienda**.

La **gestione dei rischi** avviene tramite l’identificazione puntuale dei pericoli, ispezioni periodiche e consultazioni con i lavoratori, condotte da figure interne specializzate e da partner esterni qualificati. **In caso di incidenti o quasi incidenti (near-miss), sono previste indagini strutturate per analizzarne le cause e individuare misure di prevenzione**. Le segnalazioni sono incoraggiate e tutelate, nel rispetto della riservatezza e senza timore di ripercussioni.

Un ruolo centrale è svolto dal **medico competente**, che collabora alla valutazione dei rischi e garantisce la riservatezza delle informazioni emerse durante le visite periodiche, in ottemperanza alla normativa sulla privacy. Le visite di idoneità sono organizzate secondo un protocollo sanitario calibrato sulle diverse mansioni, un elemento fondamentale per prevenire i rischi legati alla specifica attività svolta.

Il sistema si fonda su **procedure rigorose e su una formazione continua, che coinvolge tutti i livelli aziendali**, con aggiornamenti tecnici specifici per gli operatori di stabilimento. **La governance del sistema è rafforzata dalla presenza attiva dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), coinvolti nella valutazione dei rischi, nelle misure di prevenzione e nella consultazione continua**.

Anche nei rapporti con partner e fornitori, l’azienda promuove un approccio responsabile alla salute e sicurezza, coerente con i propri standard e valori. L’efficacia del sistema si riflette nei risultati concreti: nel 2024, si sono registrati soltanto due infortuni, tutti non gravi.

Un impegno costante per la salute e la prevenzione

A dimostrazione della sua costante attenzione al benessere dei dipendenti, Fratelli Carli organizza ogni anno, a partire dal 2016, una campagna di **visite di prevenzione gratuite direttamente sul luogo di lavoro**. Questo appuntamento, atteso e partecipato, ha raggiunto **nel 2024 la quota totale di quasi 1.300 visite eseguite**.

Queste campagne sono sempre realizzate **in collaborazione con enti o associazioni che, oltre a promuovere la prevenzione, offrono anche un supporto concreto ai malati**. Un modo per fare del bene due volte: tutelando la salute dei collaboratori e sostenendo realtà impegnate quotidianamente nella cura e nella solidarietà.

Nel 2024, l’impegno è proseguito con il coinvolgimento della **ASL Liguria**, nell’ambito del programma nazionale **“Luoghi di lavoro che promuovono salute”** (WHP), e della **LILT – Lega Italiana Lotta ai Tumori – Sezione di Sanremo**, che ha permesso di eseguire o prenotare, direttamente in azienda **screening oncologici gratuiti** (mammografia, pap test, colon retto, epatite C) e di ricevere la **Tessera LILT 2024**, che permette l’accesso agevolato a un ampio ventaglio di prestazioni di prevenzione. Questo percorso di **attenzione e cura rappresenta per Fratelli Carli un valore fondamentale**, un impegno che l'azienda ha già pianificato di portare avanti con continuità anche nei prossimi anni.

Un ambiente di lavoro confortevole e accogliente

Fratelli Carli investe costantemente per assicurare **ambienti di lavoro sicuri e confortevoli** in tutte le sedi, dalla produzione agli uffici. L'attenzione al benessere quotidiano dei collaboratori si riflette nella cura dedicata **alla creazione di aree break, pensate per offrire momenti di relax e socialità durante la giornata lavorativa**. Un piccolo, ma apprezzato gesto di attenzione è il **caffè offerto dall'azienda durante le pause**, che contribuisce a rendere l'ambiente ancora più accogliente.

Consapevole che il benessere delle persone passi anche attraverso un’esperienza lavorativa positiva, l’azienda mette a disposizione dei **collaboratori un portale aziendale costantemente aggiornato**, per garantire informazione e un facile accesso alle risorse interne.

Guardando al futuro, l'azienda è già al lavoro su diversi progetti per migliorare ulteriormente l'ambiente lavorativo e i processi interni: sono in fase di progettazione, infatti, nuovi spazi pensati per i collaboratori e, nell'ambito del processo di innovazione guidato dal metodo **OKR⁶**, si sta pianificando l'**introduzione diffusa di strumenti di visual management** per favorire ulteriormente comunicazione e lavoro di squadra.

⁶ **OKR (Objectives and Key Results)**: metodologia di gestione degli obiettivi che aiuta a definire con chiarezza cosa si vuole raggiungere (Objectives) e come misurare i progressi (Key Results), favorendo allineamento e coinvolgimento all'interno dell'organizzazione.



Quasi **1.300**
visite di prevenzione gratuite
direttamente sul luogo di
lavoro dal 2016

Un programma di welfare aziendale in evoluzione

L’attenzione al **benessere complessivo** delle persone guarda necessariamente alla qualità della vita nella sua interezza. L'azienda ha, da anni, concretizzato il suo impegno su questi temi con il programma **"Liberi di... Welfare"**: un sistema di welfare aziendale capace di offrire un insieme di servizi e benefit pensati per migliorare la vita quotidiana e il potere d'acquisto dei dipendenti, supportandoli in diversi ambiti della vita personale e familiare.

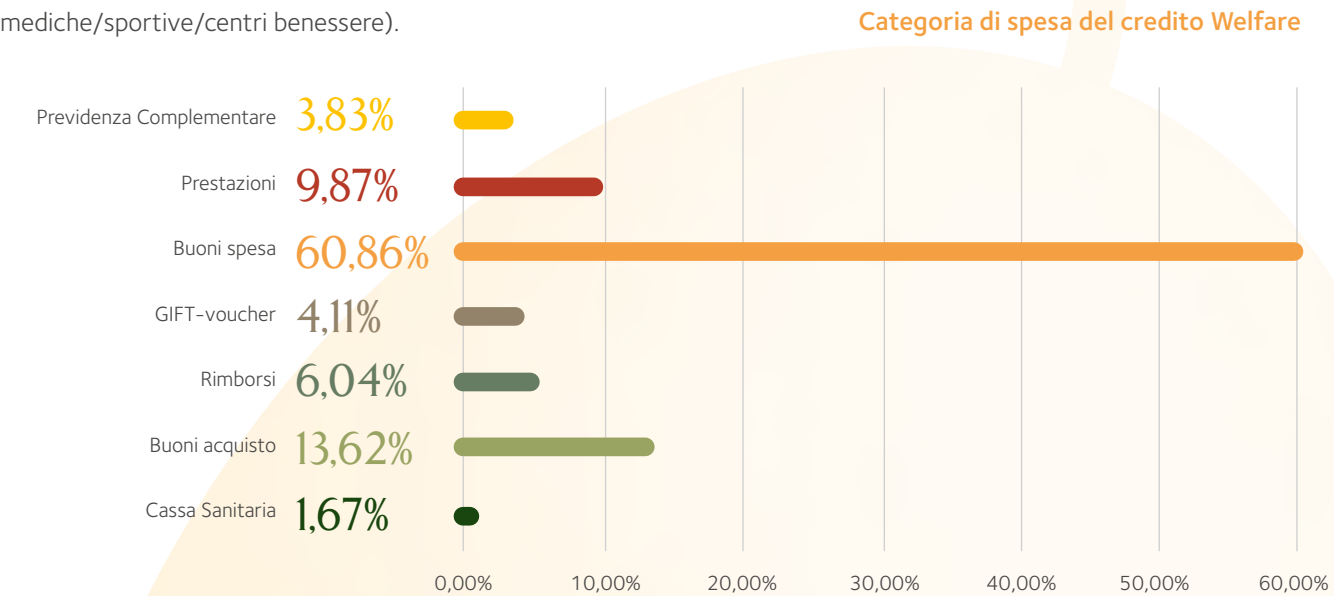
Il 2024 ha segnato un’ulteriore tappa **nell’evoluzione del sistema di welfare aziendale**. Attraverso un accordo di secondo livello siglato con le rappresentanze sindacali, Fratelli Carli ha deciso di **destinare, per il biennio 2024-2025, un credito welfare di 1.200 euro** a ciascun collaboratore, quale riconoscimento del contributo agli obiettivi conseguiti insieme.

L’attenzione al **benessere complessivo** delle persone guarda necessariamente alla qualità della vita nella sua interezza. L'azienda ha, da anni, concretizzato il suo impegno su questi temi con il programma **"Liberi di... Welfare"**.

Per garantire che questa opportunità fosse sfruttata al meglio e che l'accesso a tutta la rosa dei servizi fosse il più semplice e completo possibile, Fratelli Carli ha scelto un nuovo **partner primario** nel settore per mettere a disposizione di tutti i collaboratori una piattaforma dedicata e un'app mobile che permettono di **gestire il proprio credito welfare in modo autonomo, semplice e veloce**, visualizzando facilmente le categorie di spesa, le strutture e gli esercizi convenzionati, e generando i voucher in tempo reale.

Questo rende l'utilizzo del credito estremamente pratico e immediato per tutte le categorie previste (rimborsi spese per figli, assistenza familiari, prevenzione medica, viaggi, centri benessere, buoni spesa, convenzioni mediche/sportive/centri benessere).

L'impegno preso e programmato per il futuro è quello di **ampliare costantemente le convenzioni** disponibili sul **territorio**, con l'obiettivo di creare un **circolo virtuoso nella comunità locale**, portando beneficio sia ai dipendenti che alle attività locali.



Un percorso di crescita e innovazione

Fratelli Carli considera la formazione continua uno strumento chiave per la crescita individuale e aziendale. **Investire nello sviluppo delle proprie persone è fondamentale per sviluppare competenze, valorizzare i talenti e assicurare che ogni membro della squadra possa dare il meglio di sé, contribuendo all'eccellenza che da sempre contraddistingue l'azienda.**

Le **6.500 ore di formazione** erogate nel 2024, in continua crescita rispetto agli anni precedenti, dimostrano questo impegno costante. La formazione ha avuto ad oggetto un insieme di temi fondamentali, pensati sia per le esigenze dell'azienda che per la crescita di ciascuno. Dalla **sicurezza sul lavoro e la privacy** – due ambiti su cui da sempre si pone la massima attenzione – al **rischio cyber**, sempre più rilevante per proteggere la ricchezza aziendale e garantire il servizio ai clienti, fino alla **formazione a 360 gradi su prodotti, servizi e sistemi**.

⁷ **Scrum** è un metodo di lavoro agile utilizzato per gestire progetti IT complessi. Si basa su cicli di lavoro brevi e iterativi (detti sprint), su ruoli ben definiti (come Product Owner, Scrum Master e team di sviluppo) e su momenti di confronto regolari per pianificare, verificare i progressi e adattare il lavoro in modo continuo.

12,7%

l'incremento delle ore di formazione totali nel 2024

Accanto a questi ambiti consolidati, cresce l'impegno nel rafforzare le competenze su temi legati alla trasformazione digitale, con un'attenzione particolare all'etica tecnologica, alla cybersicurezza e all'impatto sociale delle nuove soluzioni.

A questi si affiancano momenti dedicati allo **sviluppo delle competenze trasversali**, come la capacità di comunicare efficacemente, di lavorare in team o di gestire con consapevolezza il proprio ruolo e le proprie responsabilità.

L'obiettivo generale è duplice: da una parte, **ampliare e approfondire le skill personali** e, dall'altra, continuare ad offrire ai clienti **prodotti e servizi di eccellenza**, sempre al passo con i tempi, ma ricchi della tradizione e dei valori di Fratelli Carli. Questa crescita coinvolge attivamente **tutti i reparti e le funzioni aziendali**, dai Sistemi Informativi che hanno continuato a perfezionare l'uso del metodo **Scrum**⁷ e hanno approcciato i nuovi temi legati all'**Intelligenza Artificiale**, alla Direzione Operations, dal Marketing e Sviluppo Prodotti alla Direzione Marketing e Commerciale, dalla Qualità alle Risorse Umane.

6.500 ore

di formazione erogate nel 2024
di cui **1.600** per il reparto Customer Care



Da sempre poi è dedicata una cura particolare alla formazione del **Customer Care**. Nel 2024, sono state **quasi 1.600 le ore di formazione** per questo reparto, con l'obiettivo sia di favorire la **crescita professionale** sia di **migliorare costantemente il servizio offerto ai consumatori**. Questa squadra, che è il volto dell'azienda per molti clienti, ha approfondito costantemente la conoscenza dei nuovi prodotti e delle offerte, e acquisito sempre maggiore conoscenza dei **sistemi operativi e logistici**, elementi cruciali per fornire risposte immediate, precise e puntuali, mantenendo vivo il rapporto di fiducia con i clienti e offrendo loro un'esperienza positiva.

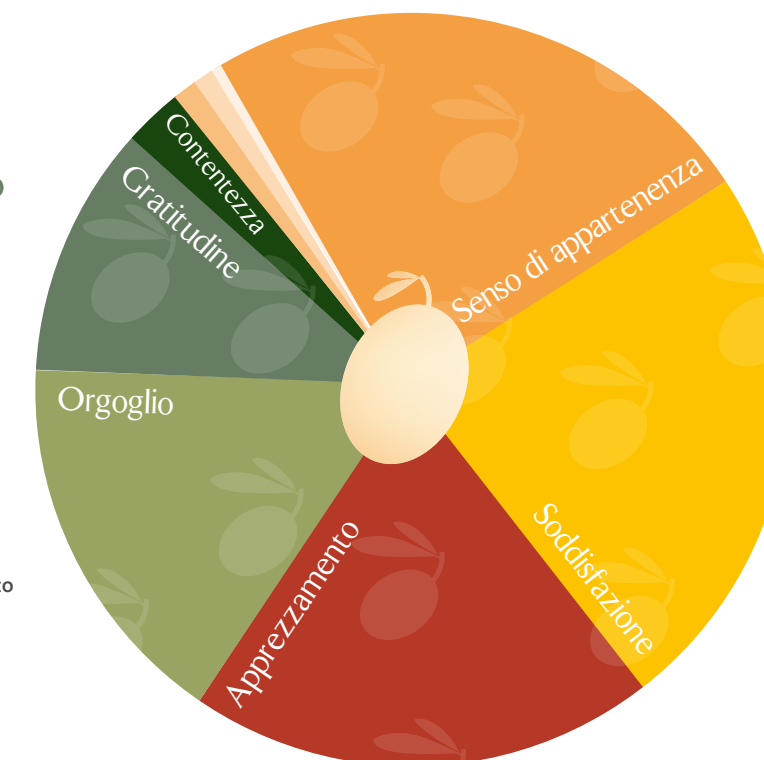
Un percorso di crescita per la sostenibilità

Un focus speciale è stato dedicato alla formazione sui temi di **sostenibilità, elemento distintivo di marca per Fratelli Carli**, che permea l'intera strategia aziendale.

Nel 2024, sono state oltre 350 le ore di formazione erogate su questo tema a tutti i collaboratori, con l'obiettivo di **coinvolgere attivamente tutte le risorse e condividere l'importanza dei cinque pilastri di sostenibilità**.

“Quali emozioni o sentimenti associ al percorso di sostenibilità dell'azienda?”

* Domanda tratta dal **Questionario di gradimento** sottoposto ai partecipanti alla formazione sulla sostenibilità in azienda nel 2024.



Per tutti i reparti a diretto contatto con il pubblico è stato previsto anche un approfondimento aggiuntivo, strutturato come un **workshop corale**. Attraverso lo strumento del "**Poster collaborativo**"⁸, i partecipanti hanno lavorato in gruppo per rappresentare in modo creativo e visivo come vivono e interpretano l'impegno dell'azienda per la sostenibilità.

Il risultato ha restituito spunti ricchi e concreti, rafforzando il senso di appartenenza a un percorso condiviso.

Al termine delle diverse sessioni di formazione, un breve questionario ha permesso di rilevare il livello di coinvolgimento percepito e di raccogliere suggerimenti utili per le iniziative future.

⁸ **Poster collaborativo**: strumento visuale utilizzato in contesti formativi o di team building, che consente a più persone di contribuire in modo strutturato alla costruzione di idee, riflessioni o soluzioni su un tema comune, favorendo la partecipazione attiva e la condivisione di punti di vista.

La comunità. Insieme per il territorio e le persone

Fratelli Carli è profondamente legata ai territori in cui opera e alle comunità che li abitano. Questo rapporto si nutre di un impegno costante, che si concretizza in iniziative e collaborazioni volte a sostenere progetti di rilevanza sociale e a creare valore condiviso.

L'azienda crede nel dialogo e nella partecipazione, lavorando insieme alle realtà locali per contribuire attivamente al benessere e alla crescita del contesto in cui opera.

Nel corso del 2024, questo impegno si è tradotto, tra l'altro, nella donazione di **circa 9 tonnellate di prodotti alimentari** a oltre 30 associazioni attive sui diversi territori, a sostegno di **iniziative solidali e attività rivolte alle persone più fragili**.

Acqua WAMI: un gesto quotidiano con una grande missione

Tra le diverse iniziative con cui Fratelli Carli estende il proprio impegno oltre i confini aziendali e territoriali, prosegue con convinzione la collaborazione con **WAMI (Water with a Mission)**. Per le sale di rappresentanza e i pranzi nell'Emporio di Imperia, Fratelli Carli ha scelto di **acquistare e utilizzare l'acqua WAMI, un'acqua speciale prodotta da una B Corp che crea acquedotti dove mancano**.

Ogni bottiglia si trasforma in un contributo concreto, ovvero 100 litri d'acqua portati a comunità bisognose di questa risorsa fondamentale in diverse aree geografiche del mondo. Tramite un QR code presente sull'etichetta di ogni bottiglia, si possono conoscere la comunità supportata e i paesi coinvolti.

Grazie a questa partnership, che prosegue ormai da diversi anni, nel 2024 Fratelli Carli ha **contribuito a portare 1.975.200 litri di acqua potabile a progetti idrici nel mondo**.

1.975.200

litri di acqua potabile garantiti
a progetti idrici nel mondo



Quasi **9** tonnellate di prodotti alimentari donati a **30** associazioni attive su diversi territori



I doni di Natale: un gesto di solidarietà che abbraccia la comunità

Ogni anno, i doni di Natale per i figli dei dipendenti di Fratelli Carli portano una doppia gioia: la felicità dei bambini che li scartano e la consapevolezza di sostenere associazioni dedicate a chi ha più bisogno, specialmente tra i più piccoli.

Questo Natale, Fratelli Carli ha scelto di sostenere in modo particolare **Medici del Mondo**, un'organizzazione medico-umanitaria internazionale che da oltre 40 anni lotta per garantire l'accesso alla salute alle popolazioni più vulnerabili ed emarginate.

La collaborazione si è incentrata sul sostegno concreto al progetto che Medici del Mondo porta avanti a **Ventimiglia**, una città di frontiera a pochi chilometri dalla sede dell'azienda, dove l'associazione opera **per offrire cure, conforto e speranza alle persone migranti in condizioni di grande vulnerabilità**. Un impegno che si inserisce nel percorso di Fratelli Carli di promuovere ogni anno iniziative solidali a favore dell'infanzia e delle famiglie, in collaborazione con enti del terzo settore o realtà locali.

"Pesto is good": volare con il cuore per aiutare i bambini

Nel 2024, Fratelli Carli ha continuato a sostenere l'iniziativa **"Pesto is good"**, promossa da Flying Angels Foundation in collaborazione con l'Aeroporto di Genova e ASCOM.

Flying Angels è l'unica organizzazione non profit al mondo specializzata nel trasporto aereo di bambini gravemente malati verso gli ospedali dove possono ricevere cure salvavita urgenti e di personale sanitario per effettuare missioni in territori carenti dal punto di vista sanitario.

L'iniziativa "Pesto is good" trasforma un gesto legato alla tradizione ligure – portare un vasetto di pesto in aereo – in un atto di solidarietà: **i vasetti di pesto che riportano il bollino dell'iniziativa possono essere imbarcati nel bagaglio a mano e, al contempo, contribuiscono a finanziare i voli umanitari di Flying Angels**.

Aderendo a questo progetto, Fratelli Carli ha contribuito a far "volare con il cuore" bambini che necessitano di cure specialistiche.





Fratelli Carli ha messo a disposizione i propri spazi aziendali per offrire screening gratuiti e consulenze sanitarie aperti a tutti i cittadini del territorio

Salute e prevenzione: porte aperte alla comunità

In continuità con l'impegno per la salute dei propri dipendenti, nel marzo 2024 **Fratelli Carli ha aperto le porte della sua sede di Imperia alla cittadinanza per un'importante iniziativa di prevenzione**. In collaborazione con **ASL 1 Imperia**, nell'ambito del progetto *"Luoghi di lavoro che promuovono salute"* (WHP), l'azienda ha messo a disposizione i propri spazi per offrire screening gratuiti e consulenze sanitarie aperti a tutti i cittadini del territorio. Durante queste giornate dedicate alla prevenzione, è stato possibile prenotare o svolgere direttamente screening per Epatite C, HIV, **screening oncologici oltre a ricevere informazioni fondamentali per la prevenzione delle patologie croniche**.

Questa iniziativa ha permesso a numerosi cittadini di Imperia di accedere gratuitamente a servizi sanitari essenziali direttamente presso gli spazi aziendali, rendendo la prevenzione più semplice e accessibile per la comunità locale.



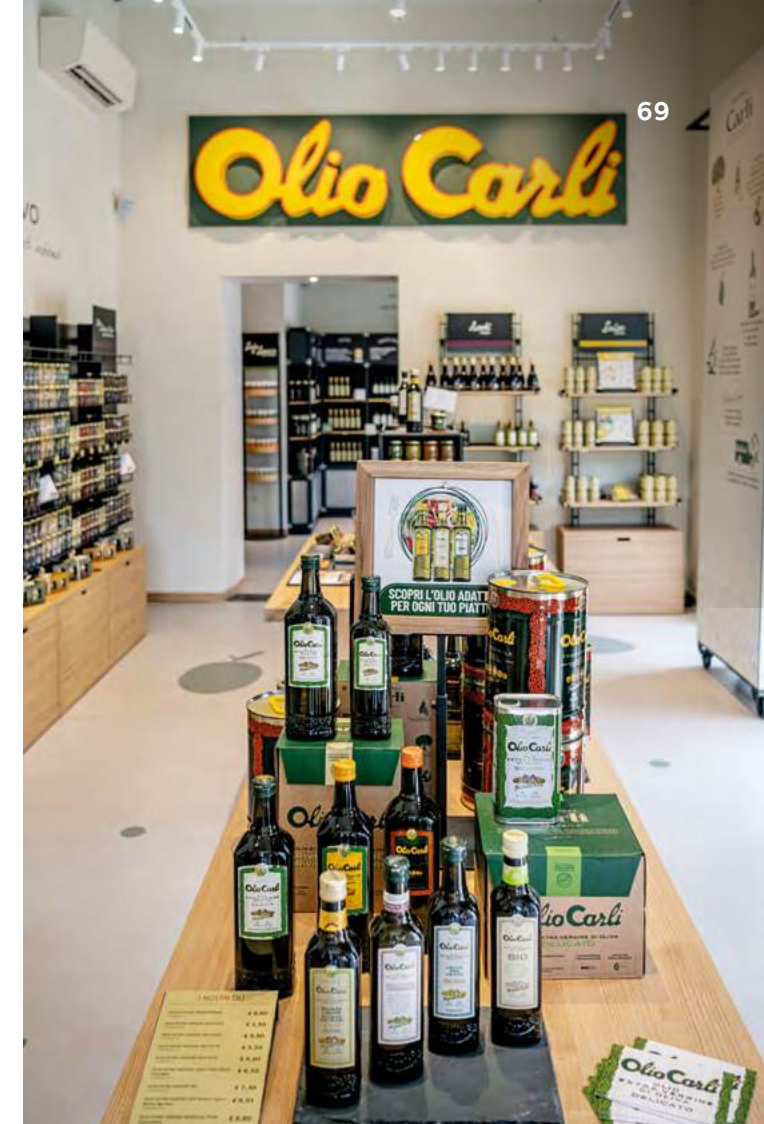
I clienti. Il cuore della nostra storia

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

Questo avviene grazie al **Customer Care interno**, sempre a disposizione per raccogliere ordini e richieste, attraverso i **21 Empori** e mediante il **modello di distribuzione a domicilio**, che da sempre caratterizza l'azienda. Queste modalità di incontro diretto consentono a Fratelli Carli di instaurare una relazione familiare. L'attenzione costantemente rivolta alle necessità e ai desideri dei clienti permette di soddisfarne le esigenze, entrando nelle loro case come gli "amici di sempre".

Un'esperienza d'acquisto personalizzata: multicanalità, servizio e ascolto

L'eccellenza del servizio di Fratelli Carli è frutto di un impegno e di una innovazione costanti per offrire un'esperienza d'acquisto semplice, piacevole e vicina alle esigenze di ogni persona. Che si scelga il **canale telefonico**, il **sito web** o **uno degli Empori**, l'obiettivo resta sempre lo stesso: **offrire un servizio attento, puntuale e di qualità**.



21 Empori

Il **Customer Care**, con oltre **50 persone dedicate**, è sempre a disposizione per raccogliere gli ordini e rispondere a tutte le richieste: dalle informazioni sui prodotti, all'assistenza personalizzata sulla consegna, dai suggerimenti alle opinioni con un approccio caldo e competente che fa sentire ogni cliente ascoltato e accolto. Lo dimostrano la **durata media delle telefonate**, che si attesta **intorno ai 3 minuti**, e le oltre **52.200 risposte fornite ai clienti** via mail, lettera o chat.

Il nostro **Customer Care**:

50 persone dedicate

52.260

risposte fornite ai clienti

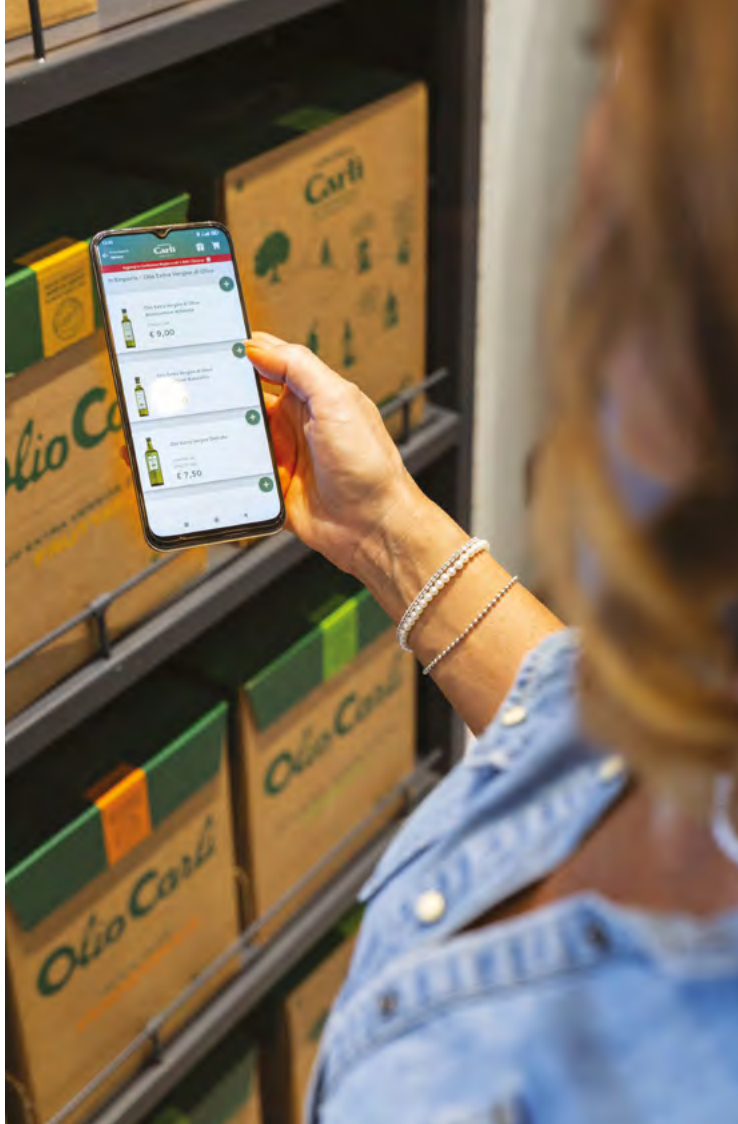
Particolare attenzione è rivolta alla **gestione tempestiva delle richieste e segnalazioni ricevute tramite mail, dai siti, dai canali digitali e social**, come Facebook, Google, LinkedIn, o attraverso le recensioni su Trustpilot, per i quali l'azienda si è posta l'**obiettivo di garantire una risposta entro 8 ore lavorative nel 90% dei casi**. Nel 2024, questo impegno si è tradotto in un risultato molto significativo, con il **94,8% delle richieste gestite nei tempi definiti**.

Un ulteriore riconoscimento della qualità del servizio, oltre che dei prodotti, è rappresentato dalla bassissima percentuale di resi (1,46% sul totale delle confezioni vendute nel 2024) e di consegne che rispettano alti standard di puntualità e affidabilità che **sono solo l'1,1%** sul totale di tutte le consegne effettuate in Italia e nelle nazioni europee servite.

Online, l'esperienza si sviluppa attraverso sette siti web dedicati, uno per ciascuna delle nazioni servite, caratterizzati da un design innovativo e basati su tecnologia totalmente responsive.

Questi portali, intuitivi e accessibili da ogni dispositivo, **rappresentano un punto di contatto fondamentale per esplorare e acquistare in autonomia**, senza rinunciare alla cura che contraddistingue ogni contatto con l'azienda. Essi rappresentano **un elemento chiave nel percorso di trasformazione digitale avviato da Fratelli Carli**, con l'obiettivo di offrire un'esperienza di marca sempre più completa e rispondente alle aspettative dei clienti. In quest'ottica, i siti sono oggetto di un costante lavoro di miglioramento e ottimizzazione.

Per chi desidera un incontro diretto, gli Empori offrono un'atmosfera accogliente dove scoprire, degustare e lasciarsi guidare da personale preparato e competente nel mondo dei sapori Fratelli Carli.



94,8%

delle richieste dei clienti gestite nei tempi definiti

oltre 3.500

le **ore di formazione** per le **risorse degli Empori e del Customer Care**

Questo impegno costante **verso l'eccellenza del servizio** si traduce in **azioni concrete**, che mettono al centro le persone, la relazione con i clienti e l'innovazione.

Nel 2024 sono state erogate **oltre 3.500 ore di formazione dedicate al personale del Customer Care e degli Empori**, con un duplice obiettivo: aggiornare costantemente **le conoscenze sulle politiche commerciali e i prodotti, e sviluppare nuove competenze trasversali**, per rendere ogni figura più preparata e versatile, capace di gestire con efficacia attività diverse e rispondere in modo sempre più completo alle esigenze dei consumatori.

A questa attenzione si affianca il **continuo miglioramento degli strumenti digitali, con l'introduzione di modalità di pagamento sempre più semplici e diversificate**, e con l'avvio del processo di attivazione di un nuovo gateway, pensato per offrire prestazioni ancora più elevate, anche in termini di sicurezza.

Nel corso dell'anno, inoltre, è stato rilasciato un **sistema integrato per fornire le previsioni puntuali sulla singola consegna in Italia**, ed è già prevista l'estensione del servizio a tutti i paesi esteri serviti nel corso del 2025.

Un riconoscimento importante di questo impegno è **il punteggio medio di valutazione su Trustpilot, che si attesta a 4,8 su 5**, a testimonianza della fiducia e della soddisfazione dei clienti. Inoltre, Fratelli Carli è stata inserita tra gli **Italy's Best Customer Service 2024-2025**, secondo la ricerca **condotta da Statista e Corriere della Sera su un campione di oltre 15.000 intervistati**: un premio che valorizza un servizio capace non solo di risolvere, ma di ascoltare, accompagnare e creare relazioni durature.

Un dialogo che cresce nel tempo: tra tradizione e innovazione

Data la forte fidelizzazione della base clienti, Fratelli Carli si relaziona con consumatori che apprezzano il contatto tradizionale, come il listino cartaceo, ma anche con clienti moderni e digitali. Per rispondere alle esigenze di tutti e mantenere un dialogo continuo, **l'azienda affianca all'invio dei listini cartacei un piano di comunicazione digitale mirato**. Questo approccio multicanale mira ad ampliare i momenti di contatto, puntando su un coinvolgimento più diretto e costante e indirizzando i clienti a visitare i siti web per approfondire e scoprire ogni aspetto del mondo Fratelli Carli.

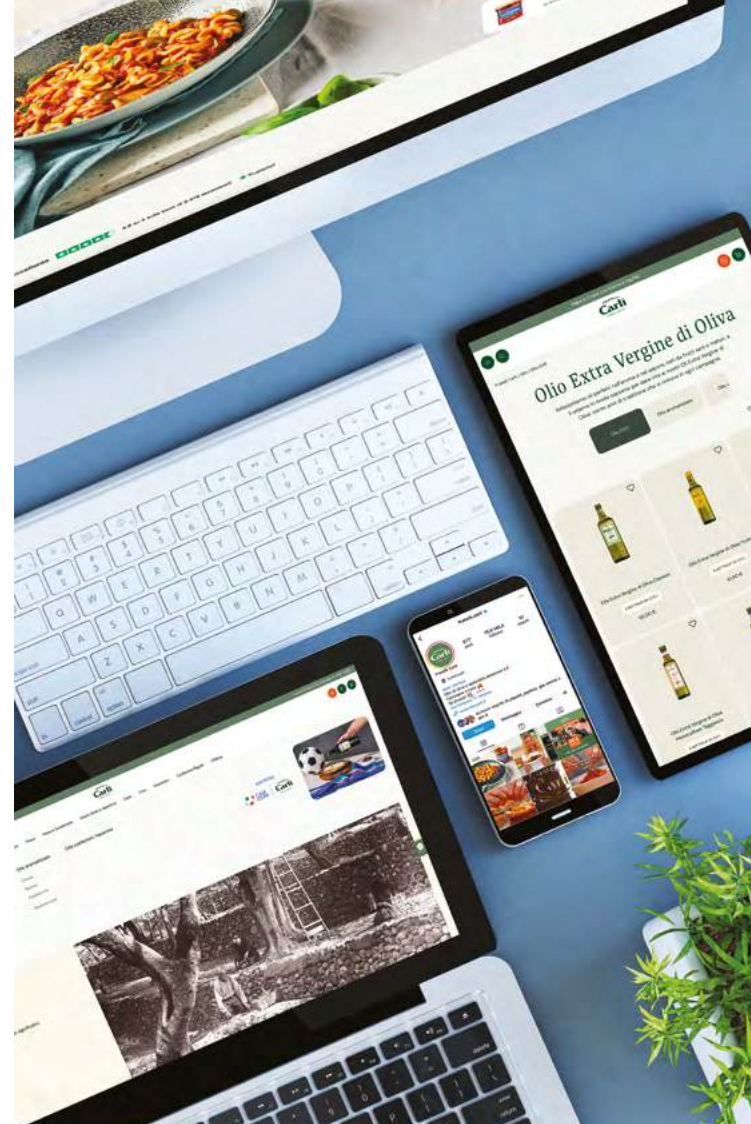
Un **innovativo percorso di evoluzione nella comunicazione e nel marketing digitale è attualmente in corso in Fratelli Carli**, con l'obiettivo di ottimizzare e automatizzare i processi e migliorare l'efficienza e l'efficacia delle interazioni con i clienti. Questo progetto include la gestione automatizzata delle comunicazioni digitali nei diversi touchpoint, la personalizzazione delle offerte in base ai dati di navigazione in tempo reale degli utenti e un'analisi più approfondita delle performance per aumentare la soddisfazione del cliente.

Un innovativo percorso di evoluzione nella comunicazione e nel marketing digitale è attualmente in corso in Fratelli Carli, con l'obiettivo di ottimizzare e automatizzare i processi e migliorare l'efficacia delle interazioni con i clienti

Tale progetto non solo risponde a un'esigenza di processi interni più fluidi, **ma è anche una dimostrazione evidente del modo in cui Fratelli Carli valorizza le proprie risorse umane, attraverso un intenso programma di formazione ad alto livello che rende il team digital coinvolto sempre più competente e stimolato, con mansioni più ricche e creative**.

Per i clienti, poi, si traduce in un'ottimizzazione dei momenti di contatto in base al loro reale interesse e alle esigenze mostrate online. Inoltre, la maggiore precisione offerta dal nuovo sistema nella definizione dell'utilizzo del canale cartaceo permetterà di diminuire ulteriormente l'invio dei listini, contribuendo alla riduzione dello spreco di materiali.

Questo impegno nella comunicazione riflette l'attenzione costante di Fratelli Carli verso i propri clienti e la volontà di mantenere un dialogo aperto e costruttivo attraverso tutti i canali disponibili.



4,8 su 5

punteggio medio di valutazione su Trustpilot considerando tutte le nazioni servite

Trasparenza e sicurezza: una relazione di fiducia certificata

La fiducia dei clienti è un bene prezioso. Per questo, la tutela della privacy e la sicurezza dei dati personali sono una priorità assoluta per Fratelli Carli. Questo impegno è confermato dalla **certificazione ISO 27001**, uno standard internazionale che definisce i requisiti per un sistema di gestione per la sicurezza delle informazioni (SGSI), ottenuta sin dal 2005 e sottoposta a verifica annuale, la cui conformità è stata riconfermata anche nella visita ispettiva del 2024, a garanzia di un sistema strutturato e costantemente aggiornato.

certificazione

ISO 27001

a conferma della tutela della privacy e la sicurezza dei dati personali dei clienti

L'azienda opera, inoltre, nel rispetto rigoroso delle disposizioni del GDPR e ha avviato il percorso di adeguamento alla direttiva europea NIS 2, che introduce nuovi obblighi per rafforzare ulteriormente la cybersicurezza e la resilienza delle infrastrutture digitali nei settori essenziali. A testimonianza di questa attenzione, **l'azienda si fregia del sigillo Netcomm, che garantisce ai consumatori un'esperienza d'acquisto online sicura, trasparente e conforme ai più alti standard di qualità**.

In questo impegno per la trasparenza e l'integrità, si inserisce anche il **sistema di Whistleblowing aziendale, attivo dal 2023**, che rappresenta un canale sicuro, riservato e accessibile per segnalare possibili violazioni, illeciti o comportamenti non etici. Questo strumento è **parte integrante del presidio di etica, compliance e tutela dei diritti**, contribuendo al rispetto del principio di tolleranza zero verso fenomeni di corruzione.

Al tempo stesso, il sistema è uno strumento **a tutela delle persone che lavorano in Fratelli Carli**, offrendo la possibilità di segnalare in modo confidenziale anche situazioni potenzialmente lesive della salute, sicurezza e benessere sul luogo di lavoro, rafforzando il presidio interno previsto dal Sistema di Gestione Salute e Sicurezza.

Nel corso del 2024, non sono state ricevute segnalazioni tramite il portale dedicato, confermando l'efficacia dei presidi di prevenzione e il clima interno positivo. Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la cultura della trasparenza, del rispetto e della responsabilità condivisa, Fratelli Carli si impegna a garantire il **monitoraggio costante e il miglioramento continuo del sistema di whistleblowing**, prevedendo la relazione annuale di un report dedicato alla gestione e al trattamento delle segnalazioni eventualmente ricevute.



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



Prodotti Obiettivi 2024-2027

QUALITÀ ED ECCELLENZA DEI PRODOTTI/ SICUREZZA ALIMENTARE

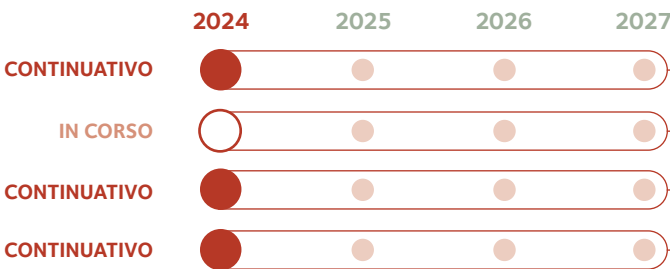
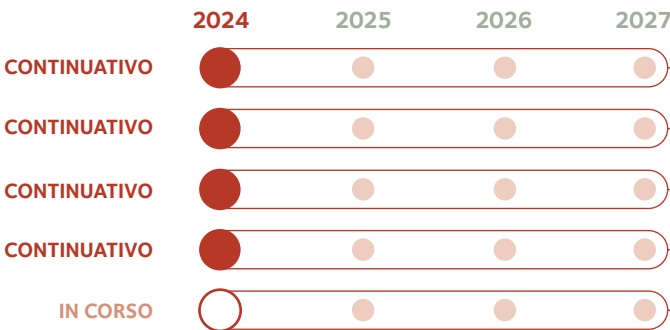
- Sviluppare il **100% dei nuovi prodotti con ricette che seguono la tradizione** alimentare ligure e italiana
- 100% delle ricette di Olio Carli** analizzate nel Laboratorio interno
- Assicurare la disponibilità della **tracciabilità digitale per il 100% delle bottiglie di olio vendute**
- Zero richiami di prodotto** per non conformità alimentare o rischi per la salute
- Completare l'**analisi SLCA sul 55% dei prodotti entro il 2027**

Materiali Obiettivi 2024-2027

SOSTENIBILITÀ DEI MATERIALI ED ECO-DESIGN DEL PRODOTTO

- Mantenere **oltre il 97% la quota di cartone certificato FSC** sul totale del cartone utilizzato per tutti i pack di prodotto venduti
- Progettare i pack** in modo da garantire sempre che **almeno il 90% del totale di tutti i componenti sia differenziabile**
- Mantenere la **percentuale di plastica** sul totale dei **materiali acquistati sotto il 2%**
- Realizzare almeno **2 progetti di redesign di packaging a ridotto impatto ambientale entro il 2027**

Obiettivo  **raggiunto**  **in corso**  **non raggiunto**



Risultati 2024

11 i nuovi prodotti lanciati nell'anno, tutti sviluppati con **ricette** che seguono la **tradizione alimentare ligure e italiana**

100% le **ricette** di Olio Carli **analizzate** nel Laboratorio interno

100% le **bottiglie** di Olio Carli **con tracciabilità visibile** sul sito

0 i **richiami** di prodotto

47,6% dei prodotti (pari al 78% del fatturato), analizzati con l'**analisi SLCA**

98,81% la quota di **cartone FSC** in tutti i **pack** venduti

99,65% la quota di **componenti differenziabili*** sul totale di **tutti i pack**

1,14% la quota di **plastica** sul totale dei materiali acquistati

1 **progetto** realizzato, si veda pag. 84

* sulla base del peso di ciascun componente

Highlights 2024

11 **nuovi prodotti** tutti sviluppati con ricette che seguono la tradizione alimentare ligure e italiana

98,8% la percentuale di **cartone FSC** utilizzato per **tutti i pack venduti**

100% la percentuale di **materiali riciclabili** nel **pack** dei nostri oli

1,01% la percentuale di **plastica** sul totale dei **materiali dei pack venduti**

3.749 le **analisi svolte** sui nostri **prodotti**

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

47,6% dei prodotti (pari al **78% del fatturato**), analizzati con l'**analisi SLCA**

99,65% la quota dei **componenti differenziabili*** sul totale di tutti i pack

Solo prodotti di altissima qualità

Fratelli Carli dedica la massima attenzione alla qualità e alla sicurezza dei suoi prodotti, garantendo standard elevati in ogni fase, dalla selezione delle materie prime fino all'arrivo nelle case dei clienti.

Questo impegno si fonda su un rigoroso programma di controllo, sulla trasparenza e sulla valorizzazione della genuinità.

Qualità e sicurezza: controlli rigorosi e sistemi avanzati

La sicurezza e la qualità sono priorità fondamentali che guidano ogni scelta di Fratelli Carli, a partire dalla **selezione delle materie prime**, individuate secondo criteri elevati e mantenendo **relazioni stabili con fornitori di fiducia**.



L'azienda segue un rigoroso programma di garanzia della qualità, documentato e **conforme ai principi del Codex Alimentarius**, uno standard internazionale volontario per la sicurezza alimentare sviluppato da FAO e OMS, e al Regolamento CE 852/2004. Oltre alle verifiche di legge, Fratelli Carli conduce **analisi chimico-fisiche specifiche su tutti i campioni di olio e sul 100% delle ricette di Olio Carli nel proprio laboratorio interno**, seguendo una procedura per il controllo e la verifica dei parametri chimici certificata da SGS. Ogni bottiglia, dunque, è accompagnata dal **Certificato di Garanzia Carli**, una vera e propria carta d'identità del prodotto con il dettaglio di tutte le caratteristiche chimico-fisiche.

A questi controlli si affiancano **più di 350 analisi organolettiche** eseguite dal panel di assaggiatori professionali dell'azienda e dalla famiglia Carli, per valutare profilo sensoriale e coerenza con gli elevati standard qualitativi aziendali. Nel complesso, **sono state effettuate oltre 3.200 analisi per assicurare la conformità e l'eccellenza degli Oli Carli**.

Per garantire **qualità, integrità e sicurezza lungo tutta la filiera**, l'Azienda si avvale da tempo di un **solido sistema integrato per la gestione dei lotti di tutti i prodotti**.



oltre **3.200**

analisi chimico-fisiche e organolettiche su campioni di olio e ricette svolte in azienda

Nel 2024, questo sistema è stato ulteriormente affinato, in particolare nella reportistica interna, attraverso un potenziamento degli strumenti di bilancio di massa.

Quest'ultimo consente di verificare la corrispondenza tra le quantità di materie prime in ingresso e quelle di prodotto finito in uscita, assicurando una tracciabilità puntuale e un controllo ancora più accurato su tutte le fasi del processo. Inoltre è in fase di studio **un sistema MES (Manufacturing Execution System) dedicato ai processi di produzione del pesto, delle creme, dei sughi e delle altre specialità alimentari in vaso**.

Il MES permette di innovare profondamente i processi produttivi in termini di **affidabilità, funzionalità, tracciabilità, integrazione dei sistemi e sicurezza alimentare**, garantendo un controllo ancora più preciso e puntuale in ogni fase della lavorazione.

Tutto questo impegno si riflette nell'assoluta assenza di episodi che abbiano generato un impatto negativo sulla salute dei consumatori.

11 nuovi prodotti

sviluppati dai team del Marketing e Sviluppo Prodotto e Controllo Qualità, insieme alla famiglia Carli

LA GAMMA PRODOTTI: GENUINITÀ, TRADIZIONE E INNOVAZIONE

La sicurezza e la qualità sono priorità fondamentali che guidano ogni scelta di Fratelli Carli, a partire dalla **selezione delle materie prime**, individuate secondo criteri elevati e mantenendo **relazioni stabili con fornitori di fiducia**.



ricetta corta

Le **ricette** Fratelli Carli sono da sempre **semplici e genuine**, ispirate alla cucina di casa tradizionale **realizzate con ingredienti di altissima qualità**, a partire dall'Olio

Carli. Tutti i prodotti racchiudono in sé la storia dell'azienda: **tradizione mediterranea, eccellenza senza compromessi, attenzione alle persone e all'ambiente**. La qualità e la sostenibilità dei prodotti sono attestate da certificazioni riconosciute come MSC, Dolphin Safe, SQNPI (Sistema Nazionale Qualità Produzione Integrata), DOP, DOC, DOCG, IGP, BIO.



Ogni anno, la gamma si arricchisce grazie a un attento lavoro di ricerca su ricette, ingredienti e specialità che portino sulle tavole dei **clienti la ricchezza della dieta mediterranea, i sapori della tradizione ligure e l'autentica italianità**.

Nel 2024 sono stati **sviluppati 11 nuovi prodotti**, frutto di un'attività meticolosa condotta dai team del Marketing e Sviluppo Prodotto e Controllo Qualità, insieme alla **famiglia Carli**, per garantire in ogni proposta l'eccellenza che da sempre distingue l'azienda.

Questo processo non può poi prescindere dal **rapporto diretto e personale con i fornitori, attentamente selezionati e pienamente coinvolti nel percorso di sostenibilità dell'azienda**⁹.

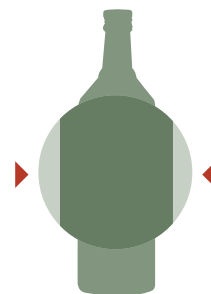
⁹ Per approfondimenti si veda il capitolo "Filiera di Fornitura" pag. 88.



L'azienda si impegna a fornire ai propri clienti indicazioni chiare e trasparenti in etichetta

Trasparenza e tracciabilità: la garanzia di fratelli carli

Come azienda familiare e B Corp, Fratelli Carli è convinta di dover essere la prima garante dell'assoluta qualità verso i clienti. Per questo, la trasparenza è al centro delle sue attenzioni. **Fratelli Carli offre a ogni cliente la possibilità di tracciare con precisione il contenuto della propria bottiglia di Olio Carli, direttamente sul sito dell'azienda.** Inserendo il numero di lotto, stampato su ciascuna confezione, è possibile visualizzare la provenienza dell'olio e consultare tutti i risultati delle analisi chimico-fisiche riportati sul Certificato di Garanzia. Un impegno concreto e costante che rende semplice e veloce conoscere immediatamente le informazioni chiave relative al prodotto.



Fratelli Carli offre a ogni cliente la possibilità di tracciare con precisione il contenuto della propria bottiglia di Olio Carli, direttamente sul sito dell'azienda, visualizzarne la provenienza e consultare tutti i risultati delle analisi chimico-fisiche riportati sul Certificato di Garanzia

Comunicazione responsabile: informazioni chiare per scelte consapevoli

Accanto alla garanzia di un prodotto di eccellenza, Fratelli Carli promuove una comunicazione responsabile. L'azienda si impegna a fornire ai propri clienti **indicazioni chiare e trasparenti in etichetta**, andando oltre la mera conformità normativa, per promuovere scelte di consumo consapevoli anche attraverso **la condivisione dettagliata di tutti i valori nutrizionali**.

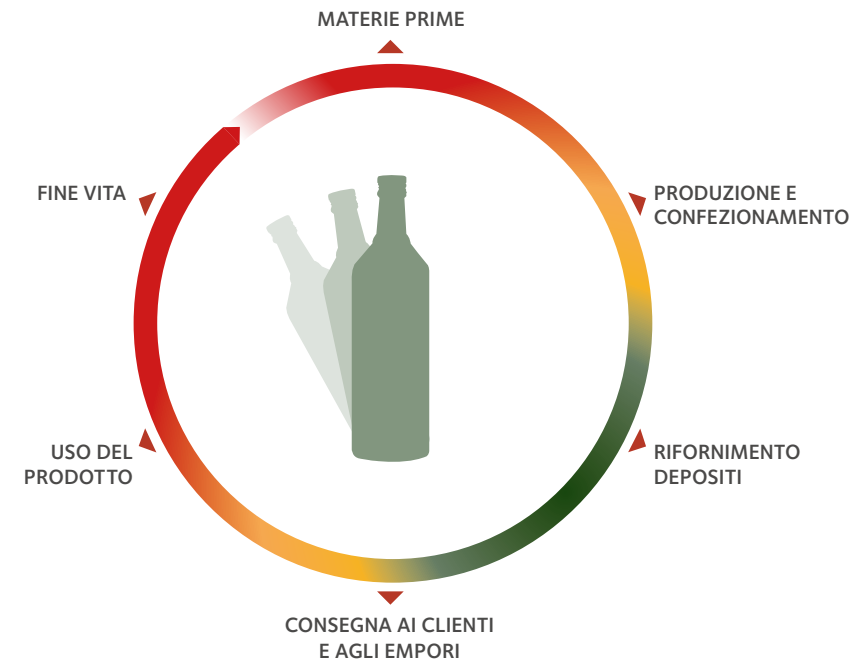
Questo impegno nella comunicazione è parte integrante del sistema di gestione della qualità e riflette l'attenzione costante verso i clienti. In questa direzione si muove anche **l'implementazione del sito web**, pensato per fornire informazioni sempre più chiare e approfondite su ciascun prodotto.



Conoscere per migliorare:
un impegno condiviso

Per valutare e migliorare continuamente il profilo di sostenibilità dei propri prodotti lungo l'intero ciclo di vita, **Fratelli Carli** utilizza l'analisi **SLCA** (**Sustainable Life Cycle Assessment**). Questa metodologia, fondata su decenni di ricerca scientifica, **permette di identificare gli impatti positivi o negativi dei prodotti, dall'approvvigionamento delle materie prime fino al consumo finale, coinvolgendo attivamente tutti gli attori della catena del valore.** La matrice risultante dall'analisi consente di identificare gli ambiti di miglioramento.

L'analisi **SLCA** viene condotta regolarmente per monitorare l'evoluzione conseguente agli interventi migliorativi in tema di sostenibilità. È pianificato ogni anno un piano di incremento e revisione delle analisi **SLCA**. **Attualmente, l'SLCA è stato completato per oltre 47,6% dei prodotti che rappresentano più dell' 82% del fatturato di vendita.**



L'approccio scientifico dell'analisi **SLCA** richiede una conoscenza dettagliata di tutti gli input che entrano nel ciclo di vita del prodotto. **Per questo, Fratelli Carli si impegna a fornire dati trasparenti sulla gestione delle materie prime e dei materiali, in linea con gli standard GRI (Global Reporting Initiative).** Questo include la rendicontazione annuale della quantità di materie prime e materiali in ingresso in azienda, suddivisi in diverse categorie.

In linea con lo scorso anno, nel 2024 il peso di materiali/prodotti acquistati è relativo per il 41,1% alla materie prime alimentari, la cui quasi totalità è rappresentata dall'olio di oliva (92,4%). La quantità di materie acquistate per il packaging, invece, è pari al 47,2%, mentre i prodotti finiti rappresentano il 11,7% del totale dei materiali/prodotti acquistati.

La raccolta e l'analisi di questi dati sono fondamentali per monitorare l'efficienza nell'uso delle risorse, valutare l'impatto ambientale e identificare ulteriori aree di miglioramento lungo la catena del valore, in coerenza con i risultati delle analisi **SLCA**.

Analisi del ciclo di vita per
il **78%** del fatturato dei prodotti



PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ		Materie prime	Produzione e pack	Distribuzione	Uso del prodotto	Fine vita		
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		
Principio								
0		1	2	3	4	5	6	7
NEGATIVO		AD ALTO RISCHIO		DA MIGLIORARE		BUONO		OTTIMO
Principio non		Principio in		Principio		Principio in gran		Principio
soddisfatto		gran parte non		parzialmente		parte soddisfatto		pienamente
		soddisfatto		soddisfatto				soddisfatto



LA SOSTENIBILITÀ BY DESIGN IN FRATELLI CARLI

La **sostenibilità “by design”** è una modalità di lavoro ormai consolidata in Fratelli Carli: significa **integrare i principi della sostenibilità fin dalle prime fasi di ogni progetto**, valorizzando competenze trasversali, ascolto reciproco e attenzione al cliente.

È proprio con questo approccio che nel 2024 ha preso il via il progetto di **“Riqualficazione dell’offerta delle specialità alimentari”**, che proseguirà nei prossimi mesi. Un percorso corale, che ha visto il coinvolgimento dei team Marketing Prodotto & Sviluppo, Acquisti, Qualità, Logistica, Produzione e dei fornitori storici per valorizzare la ricchezza e l’identità di ogni linea, nel rispetto della tradizione.

Ricette ispirate alla cultura mediterranea, packaging sempre più responsabile, informazioni chiare e trasparenti per i clienti e il coinvolgimento attivo delle persone dell’azienda: ogni aspetto del progetto contribuisce in modo integrato e armonico a raccontare un modo di lavorare consapevole e condiviso.

L’intera linea dei *Sughi* è stata rinnovata secondo questi principi e qui il nuovo **“Sugo Pomodoro e Basilico”** si racconta.

Confezione **100%** riciclabile

Riduzione di oltre il **30%** delle emissioni di CO₂



Solo materiali scelti con cura

In Fratelli Carli, la scelta dei materiali nasce dalla volontà di **proteggere la qualità dei prodotti e di rispettare l’ambiente**.

Attraverso studio, progettazione e collaborazione con i fornitori, si promuovono soluzioni sempre più sostenibili in termini di riciclabilità e materie prime provenienti da fonti rinnovabili, in un percorso di miglioramento continuo.

Materiali selezionati con cura

I packaging Fratelli Carli sono realizzati principalmente in **carta, cartone, vetro, alluminio, acciaio e, in minima parte, plastica**. Ogni materiale è scelto per garantire protezione al prodotto, offrire un’esperienza di qualità al cliente e ridurre l’impatto ambientale. Fin dalla progettazione, Fratelli Carli pone grande attenzione alla **facilità di riciclo dei pack**, privilegiando soluzioni **monomateriali o con componenti facilmente separabili**, in linea con i principi dell’economia circolare.

Per il **cartone**, l’impegno si traduce nella scelta di filiere certificate FSC®, che assicurano una gestione responsabile delle risorse forestali. Grazie alla collaborazione con i fornitori, oggi il **98,8% dei pack in cartone è certificato FSC®**, e con una percentuale di **materiale riciclato utilizzato per la produzione che supera il 72%**.

Nel **vetro**, materiale naturalmente riciclabile, la percentuale di **riciclato raggiunge quasi il 68%**, contribuendo in modo significativo alla riduzione del consumo di risorse vergini.

La **quota di plastica, sul totale dei materiali di pack, è solo l’1,2%**. Quando non è possibile sostituirla con materiali alternativi, viene privilegiato l’utilizzo di plastica riciclata e il packaging è pensato per consentirne la completa riciclabilità

Grazie a questo impegno continuo, **oltre il 98,8% dei materiali di pack dell’azienda è pensato per essere totalmente differenziabile**, un traguardo che riflette l’impegno costante di Fratelli Carli.

72%

la percentuale di cartone riciclato nel pack

Innovare e progettare con responsabilità

L'innovazione dei packaging in Fratelli Carli nasce da un **lavoro di squadra** che coinvolge i team Marketing e Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione e Logistica. La **progettazione "by design"** punta a creare pack robusti, affidabili e facili da riciclare, riducendo l'impatto ambientale fin dalla fase ideativa.

Nel corso degli anni, sono stati raggiunti risultati significativi, come il **restyling delle etichette dell'Olio Classico e Fruttato**, che ha contribuito a ridurre le emissioni del 7%, l'eliminazione della finestra in plastica per tutta la linea "pasta di semola", la **riprogettazione delle scatole per le specialità alimentari in vaso**, che ha permesso di diminuirne complessivamente l'impatto ambientale di questa tipologia di pack del 40%, la scelta di **adottare plastica 100% riciclata per i riempitivi delle spedizioni internazionali** e l'introduzione di **nuovi pirottini per i dolci delle feste**, realizzati in materiale conferibile nella raccolta della carta.

-7%

riduzione delle emissioni legate alle etichette dell'Olio Classico e Fruttato grazie alla loro riprogettazione

Attualmente è in corso un **progetto strategico di ampio respiro** che mira a **riqualificare l'offerta alimentare, valorizzando la varietà e l'identità di ogni linea di prodotto, in sintonia con la storia del marchio**. Anche il **packaging** è al centro di **questo percorso evolutivo, in linea con gli obiettivi aziendali**, per migliorare le sue caratteristiche in termini di certificazioni, utilizzo di materiali riciclati, facilità di smaltimento e recupero a fine vita.

Un esempio tangibile di questo impegno verso la sostenibilità è rappresentato dagli **shopper degli Empori, realizzati utilizzando i noccioli delle olive, scarto della produzione dell'olio**. I noccioli, ridotti in polvere e mescolati a cellulosa e acqua, permettono di ottenere una carta 100% riciclabile, trasformando un residuo di lavorazione in una nuova risorsa. Questa iniziativa non solo riduce l'impatto ambientale, ma dimostra concretamente come l'azienda adotti un **approccio sempre più circolare e responsabile**, valorizzando ogni fase del suo ciclo produttivo.



100%

dei pack degli oli Fratelli Carli è completamente riciclabile

98,8%

dei pack in cartone è certificato FSC®

Monitorare per migliorare: il data warehouse della sostenibilità

Per supportare il miglioramento continuo, Fratelli Carli ha sviluppato, con il solo apporto di risorse interne, un **progetto finalizzato alla gestione strutturata dei dati funzionali alla rendicontazione di sostenibilità e al monitoraggio delle diverse misure ed indici (KPI) aziendali**, attraverso la creazione di un **Data Warehouse**.

Il punto di partenza è stata un'accurata **mappatura dei parametri di sostenibilità relativi ai materiali** (es. peso, sigla di smaltimento, certificazioni ecc.), **alle materie prime e ai prodotti finiti** (tipologia, certificazioni, energia elettrica rinnovabile nel processo produttivo ecc.) **e ai fornitori** (numero di dipendenti, quota rosa, quota energia elettrica rinnovabile, certificazioni aziendali ecc.), con chiara evidenza della fonte, della **funzione responsabile, delle interconnessioni e dei criteri di accettabilità e verificabilità**.

Da questa solida base è partito il primo step del progetto di "modellazione dei dati": attraverso un lavoro di squadra dedicato e coordinato, **è stato definito il tracciato dei dati ESG per tutti i materiali, le materie prime e i prodotti finiti acquistati e venduti**, garantendone l'assoluta integrità e l'accuratezza.

Queste dettagliate informazioni sono ora implementate sui sistemi aziendali e il **Data Warehouse è in produzione**, permettendo la completa integrazione dei dati e **restituendo le analisi e gli indici richiesti dalla governance della sostenibilità**. Questo strumento è cruciale per monitorare precisamente i molteplici KPI, tracciarne i progressi e identificare nuove aree di intervento.



Una delle schermate del Data Warehouse di sostenibilità, oggi pienamente operativo, che integra e restituisce in tempo reale dati strutturati e tracciabili a supporto della governance ESG.

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.

Gino De Andreis
Responsabile
Controllo Qualità

Alessandro Anemone
Responsabile Ufficio
Acquisti

Marta Gorlero
Responsabile Marketing
e Sviluppo Prodotto

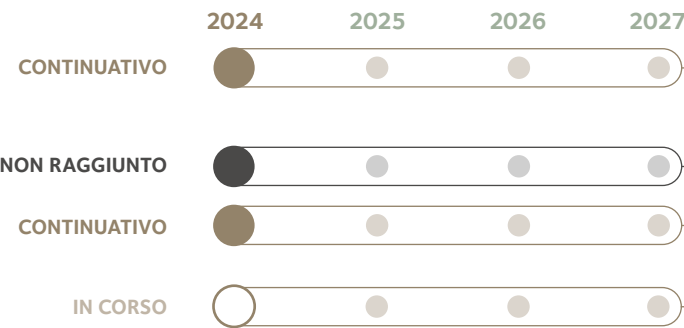


Filiera di Fornitura Obiettivi 2024-2027



GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA / VALORIZZAZIONE DELLE COMUNITÀ LOCALI

- Proseguire l'attività di **mappatura ESG**, promuovendo la **partecipazione dei fornitori rilevanti*** con l'obiettivo di mantenere una **copertura superiore al 75%** in termini di spesa
- Mantenere oltre il **70%** la quota del **budget** totale di approvvigionamento speso sui **fornitori locali** situati in **Italia**
- Completare la **mappatura ESG per il 100% dei nuovi fornitori rilevanti*** entro il primo anno di collaborazione
- Raggiungere entro il 2027 una quota di **fornitori rilevanti certificati B Corp e/o Società Benefit** che rappresenti almeno il **12% del totale** di spesa



* Ai fini dell'analisi, sono stati considerati *fornitori rilevanti* quelli che, complessivamente, rappresentano l'80% del valore totale della spesa sostenuta dall'azienda per l'acquisto di beni e servizi.

Obiettivo ● raggiunto ○ in corso ● non raggiunto

Risultati 2024

- 80,8%** la percentuale di **copertura della mappatura ESG** sui fornitori rilevanti in termini di spesa
- 63%** la percentuale del **budget di approvvigionamento** destinata a fornitori in Italia
- 100%** dei nuovi fornitori rilevanti mappati con **questionario ESG**
- 9,8%** la quota di **spesa totale di approvvigionamento** rappresentata da fornitori rilevanti certificati B Corp e/o Società Benefit

Highlights 2024

- 44%** i **fornitori** coinvolti nei **Codici dell'Olivo, di Bontà e delle Consegne** sul totale dei fornitori rilevanti
- 80,8%** la percentuale di **copertura della mappatura ESG** sui **fornitori rilevanti** in termini di spesa
- 63%** la quota del **budget totale di approvvigionamento** speso sui **fornitori locali** situati in Italia
- 10** i **fornitori Certificati B Corp o Società Benefit** nella nostra catena di fornitura

5 i **Tavoli di lavoro tematici sui temi ESG** condivisi con i fornitori del Distretto della Bontà

La nostra filiera, il valore del territorio

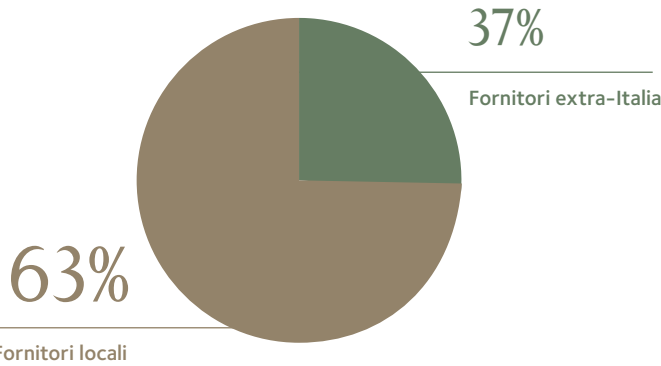
In Fratelli Carli la sostenibilità non si ferma ai confini aziendali, ma coinvolge attivamente tutta la rete di fornitori.

Questo impegno si traduce in un percorso strutturato, che mira a diffondere ed incrementare **pratiche responsabili lungo tutte le fasi della filiera, partendo da basi solide e da un modo di lavorare condiviso.**

I rapporti con i fornitori testimoniano **relazioni salde e durature**: basti pensare che la **collaborazione più lunga dura ormai da 60 anni**. Fratelli Carli dà particolare valore alle realtà locali, **come testimoniato dal 63% della spesa di approvvigionamento verso fornitori italiani**. Un impegno che, non solo valorizza la qualità del territorio, ma rafforza relazioni basate sulla fiducia reciproca.

Nel rapporto con le principali filiere produttive – che includono fornitori di prodotti finiti, componenti, servizi, logistica e filiera olivicola e oleicola – l’azienda ha avviato un **cammino strutturato per integrare la sostenibilità nei processi**, mettendo a fattor comune buone pratiche e soluzioni efficaci, sulla base di principi e valori condivisi. A supporto di questo percorso, **sono stati sviluppati insieme ai fornitori specifici “Codici”** riferiti in particolare alla filiera alimentare, oleicola e logistica. I Codici **identificano i valori e i principi comuni, in coerenza con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG)** di riferimento e si traducono in un percorso di crescita comune con obiettivi e iniziative operative.

Proporzione di spesa verso fornitori locali (2024)



63% della spesa di approvvigionamento destinata a fornitori italiani.

Un impegno condiviso e misurabile

Per ampliare ulteriormente il coinvolgimento della filiera e rendere sempre più mirate le azioni condivise, nel corso dell’anno l’azienda ha avviato un’importante **attività di mappatura ESG** della propria catena di fornitura, con l’obiettivo di fotografare il livello di sensibilità ambientale e sociale della propria supply chain.

L’attività ha coinvolto oltre 180 realtà, trasversali a tutte le principali filiere di approvvigionamento e rappresenta un passo chiave per estendere il bacino dei fornitori attivamente coinvolti nel percorso di innovazione sostenibile dell’azienda e definire con maggiore precisione priorità e azioni. Attraverso questa mappatura, realizzata mediante un questionario, **è stato raggiunto oltre il 68% dei fornitori rilevanti¹⁰** (compresi tutti quelli nuovi), rafforzando ulteriormente l’integrazione dei criteri di sostenibilità nei processi di valutazione e collaborazione.

I risultati del questionario evidenziano una base solida: ben più della metà di tutti i fornitori che hanno compilato il questionario è rappresentato da piccole e medie imprese, realtà dinamiche e flessibili nell’accogliere i principi della sostenibilità.

Più del 35% di loro misura le emissioni della propria attività, il 47% utilizza almeno una quota di energia elettrica da fonti rinnovabili nei processi produttivi, mentre il 28% ha adottato un Sistema di Gestione Ambientale certificato e il 36% dispone di una Certificazione per la Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro.

oltre il **68%** i fornitori rilevanti mappati mediante questionario ESG

¹⁰ Ai fini dell’analisi, sono stati considerati *fornitori rilevanti* quelli che, complessivamente, rappresentano l’80% del valore totale della spesa sostenuta dall’azienda per l’acquisto di beni e servizi.

Una crescita costruita insieme: il focus sulle filiere strategiche

Un’attenzione particolare è riservata alla **filiera olivicola e oleicola**, da sempre al centro dell’impegno di Fratelli Carli. Da anni l’azienda porta avanti un **dialogo diretto, costante e personale con i produttori delle principali zone olivicole di riferimento in Italia, Grecia e Spagna.**

Una relazione costruita nel tempo, che si fonda su conoscenza reciproca, fiducia e un impegno condiviso verso un modello di sviluppo sostenibile. **Questo dialogo si è tradotto nel tempo in numerose iniziative concrete ispirate ai valori del codice di riferimento, il Codice dell’Olivo**, come la formazione su pratiche produttive attente all’ambiente, alla sicurezza e al territorio e il loro monitoraggio, o la collaborazione avviata nel 2021 con un gruppo di produttori greci per la co-creazione del protocollo “Lifemax”, sviluppato insieme a BASF, che promuove pratiche sostenibili in campo e in frantoio.

In questa direzione si inserisce anche la **realizzazione**, nei prossimi mesi, di **un nuovo e moderno frantoio all’interno della sede di Imperia**, progettato per **valorizzare al meglio la produzione locale** e rafforzare un modello olivicolo e oleicolo orientato all’assoluta qualità.



il “Codice delle Consegne” è focalizzato sull'applicazione delle buone pratiche e sulla misurazione dei consumi lungo la filiera logistica

Un altro pilastro strategico è il **Distretto delle Consegne**, parte fondamentale del modello distributivo di Fratelli Carli. L'azienda ha coinvolto attivamente i propri consegnatari — fiore all'occhiello della logistica aziendale — stilando il “**Codice delle Consegne**”, con l'obiettivo di ridurre i consumi e le relative emissioni lavorando con loro a quattro mani su due fronti principali:

- la condivisione di pratiche virtuose di guida e manutenzione dei furgoni e la misurazione dei consumi;
- una check list di monitoraggio che valuta il rispetto degli obiettivi condivisi nel Codice e in linea con gli SDG di riferimento.

I risultati del monitoraggio avviato con il **Codice delle Consegne**, focalizzato sull'applicazione delle buone pratiche e sulla misurazione dei consumi lungo la filiera logistica, hanno costituito **la base per un percorso strutturato che mira prima al rilevamento, poi alla riduzione e, infine, alla compensazione integrale delle emissioni generate dalla logistica di consegna**¹¹.

100%
le emissioni di CO₂ generate dall'intera logistica di consegna Italia ed estero compensate per l'anno 2023

¹¹ Per approfondimenti si veda il capitolo “Energia e Risorse” pag. 98.

+ di 60 aziende coinvolte nel progetto di trasformazione del Distretto della Bontà in Distretto Benefit

10 i fornitori Certificati BCorp o Società Benefit nella nostra catena di fornitura



Il Distretto della Bontà e il percorso verso il Distretto Benefit

Fin dal 2013 Fratelli Carli ha scelto di costruire un particolare rapporto di collaborazione con i **propri fornitori di prodotti finiti, componenti e servizi**, fondato sulla condivisione di valori e obiettivi comuni, raccolti nel Codice di riferimento: **il Codice di Bontà**.

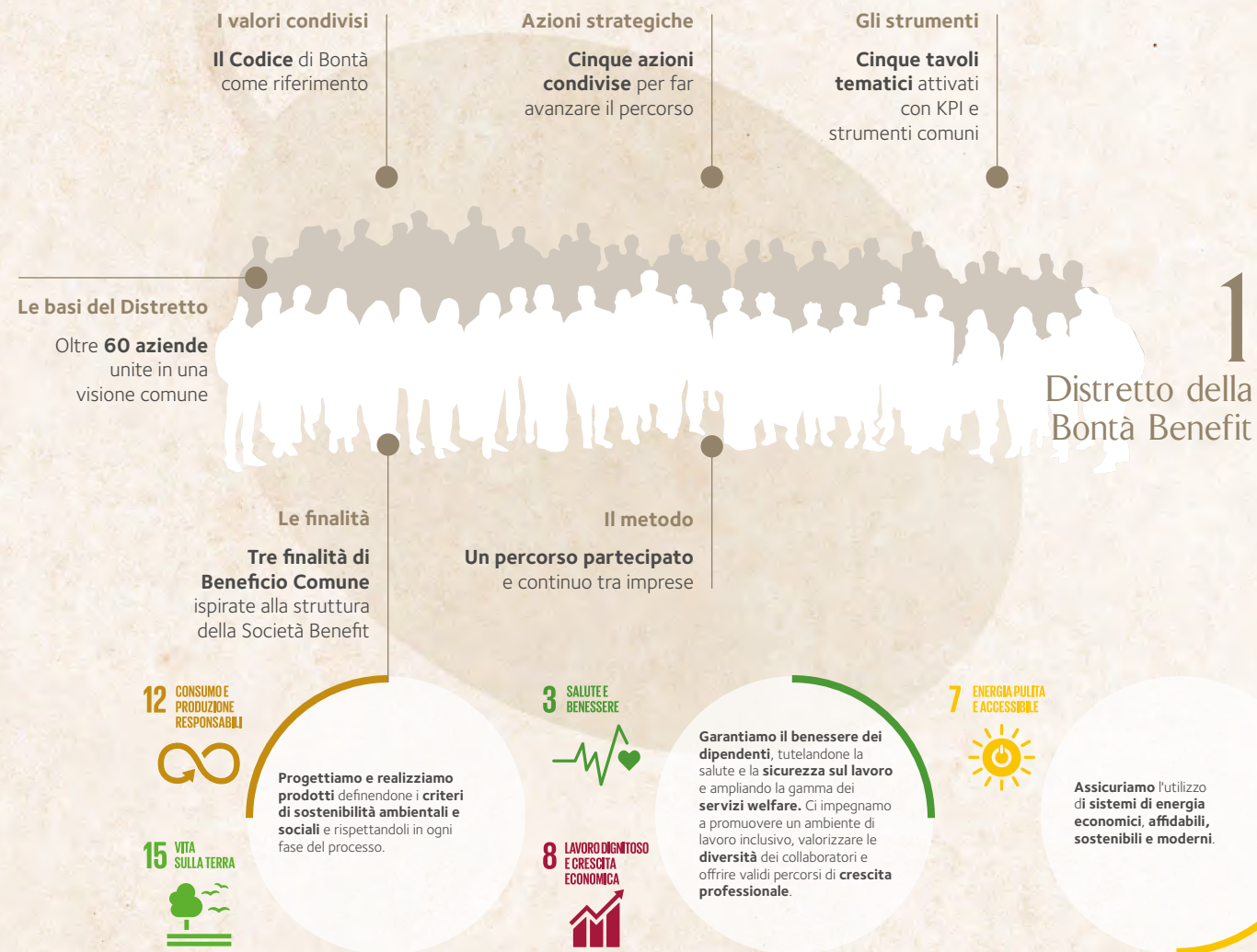
Nel 2016 è nata la **Giornata della Bontà**, l'incontro annuale che riunisce a Imperia tutti i partner del **Distretto** per confrontarsi, condividere esperienze e costruire nuove traiettorie di evoluzione comune. **Un momento speciale che, anno dopo anno, ha contribuito a rafforzare una vera e propria comunità di intenti.**

Con questo stesso spirito ha preso forma **l'ambizioso progetto di trasformare il Distretto della Bontà in un Distretto Benefit**, ispirato ai principi e alla struttura delle Società Benefit. Alla definizione delle Finalità di Beneficio Comune — incentrate su produzione, benessere delle persone e uso consapevole delle risorse — **hanno contribuito attivamente oltre 60 aziende del Distretto**, in un percorso condiviso e pienamente coerente con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) identificati nel Codice.

Durante la Giornata della Bontà 2023, più di **100 rappresentanti delle aziende della filiera** si sono riuniti in gruppi di lavoro per dare concretezza a questi principi, **individuando insieme cinque azioni prioritarie su cui concentrare l'impegno collettivo**:

- la creazione di un **Codice Etico delle materie prime e dei prodotti finiti**;
- la realizzazione di uno **strumento di condivisione delle buone pratiche sugli impatti della produzione**;
- il **censimento delle pratiche virtuose rivolte ai dipendenti**;
- la progettazione di un **mercato sostenibile del Distretto**;
- l'attivazione di un **tavolo permanente sull'energia**.

Nei mesi successivi, il Distretto ha continuato a lavorare attivamente sui diversi temi, alimentando un confronto continuo tra aziende, consolidando idee, raccogliendo buone pratiche e iniziando a costruire le basi per un piano d'azione condiviso.



IL DISTRETTO DELLA BONTÀ DIVENTA "BENEFIT"

Grazie a questo lavoro collettivo e partecipato, nella **Giornata della Bontà 2024** è stato definito un **programma ancora più strutturato e concreto**. Le cinque aree di impegno si sono trasformate in veri e propri **tavoli tematici**, che – **partendo proprio dalle Finalità di Beneficio Comune e dal quadro degli SDG di riferimento** – stanno sviluppando strumenti operativi, indicatori di performance (KPI) e metriche per misurare la salute e la crescita sostenibile del Distretto.

Questo metodo di lavoro – fatto di ascolto, confronto e costruzione condivisa – rappresenta un approccio innovativo e concreto. Non solo rafforza la volontà comune di generare valore autentico e duraturo per tutte le comunità coinvolte, ma sta già traducendosi in **risultati concreti**: quasi il **10% della quota di spesa totale di approvvigionamento da fornitori rilevanti¹²** è rappresentata da aziende certificate B Corp e/o Società Benefit.

¹² Ai fini dell'analisi, sono stati considerati *fornitori rilevanti* quelli che, complessivamente, rappresentano l'80% del valore totale delle spese sostenute dall'azienda per l'acquisto di beni e servizi.





Energia e Risorse

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

“



Federico Calzamiglia
Direttore Operations

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.



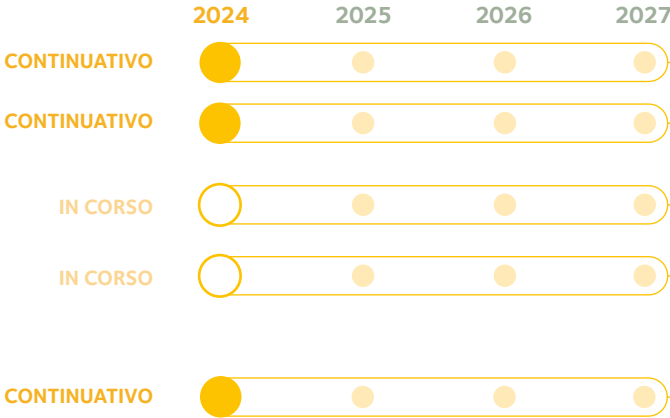
Energia e Risorse

Obiettivi 2024-2027



CLIMATE ACTION / RIDUZIONE DEGLI IMPATTI DI PRODUZIONE

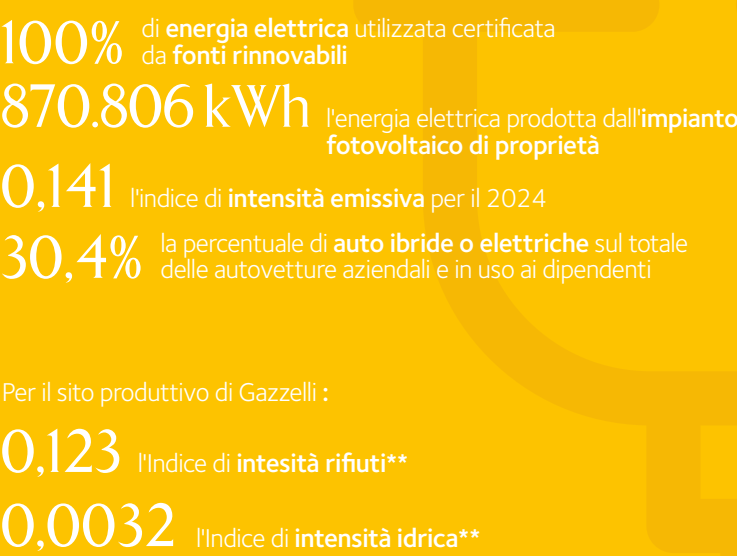
- Mantenere il **100% di energia elettrica da fonti rinnovabili** sul totale approvvigionato
- Aumentare del 5%** la quota di **energia elettrica** proveniente da fonti rinnovabili **autoprodotta** entro il 2027
- Favorire la **progressiva riduzione dell'indice di Carbon Intensity***, attraverso interventi mirati di **efficienza energetica** e **innovazione tecnologica**, con monitoraggio annuale dei progressi.
- Aumentare del 10%** entro il 2027 la quota di **veicoli aziendali ibridi o elettrici** sul totale del parco mezzi
- Promuovere una **progressiva riduzione degli indici di intensità ambientale ** dello stabilimento produttivo di Gazzelli** – dedicato alla produzione delle specialità alimentari in vaso – con particolare riferimento sia alla generazione di rifiuti che al consumo idrico, attraverso misure di **prevenzione, efficientamento dei processi** e una **gestione ottimizzata degli scarti e della risorsa acqua**.



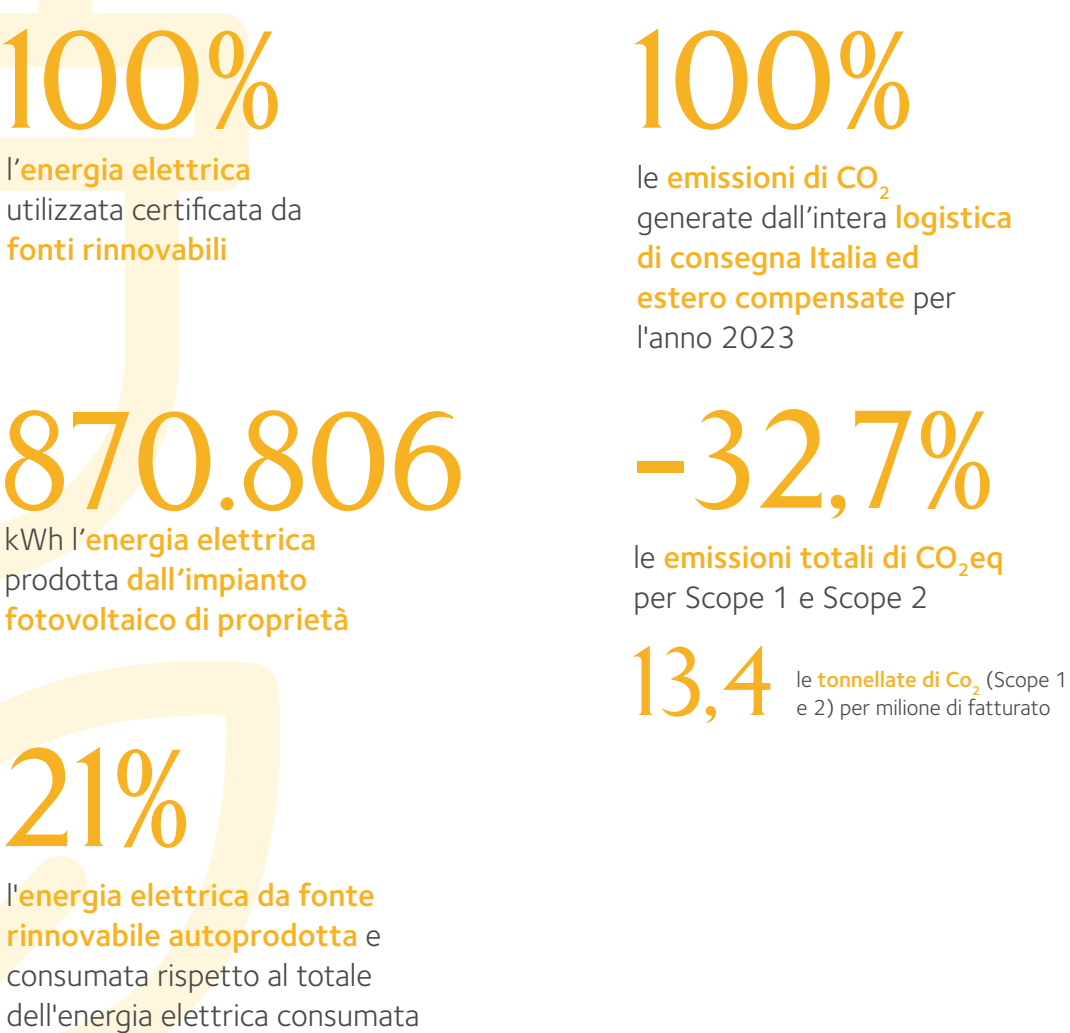
* L' **"Indice di Carbon Intensity"** viene calcolato come rapporto tra le tonnellate di CO₂ equivalente emesse (Scope 1 e 2) e le tonnellate di prodotti venduti (tCO₂eq/t prodotti venduti) e come rapporto tra le tonnellate di CO₂ equivalente emesse (Scope 1 e 2) e i milioni di fatturato (tCO₂eq/M euro di fatturato).

** Per **"indice di intensità dei rifiuti"** si intende il rapporto tra i rifiuti totali generati (espressi in tonnellate) e la produzione fisica dell’impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l’indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti. Per **"indice di intensità idrica"** si intende il rapporto tra l’acqua complessivamente utilizzata (espressa in m³) e la produzione fisica dell’impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l’indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti.

Risultati 2024



Highlights 2024



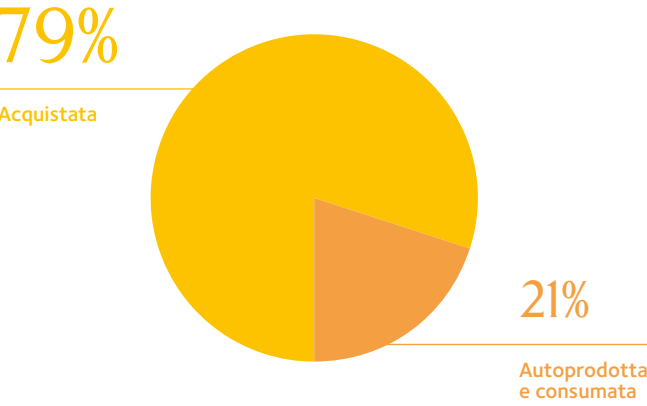
Energia da fonti rinnovabili ed efficienza

L'impegno di Fratelli Carli per mitigare il proprio impatto ambientale si traduce in azioni concrete su più fronti: miglioramento dell'efficienza energetica, riduzione delle emissioni e valorizzazione delle fonti rinnovabili.

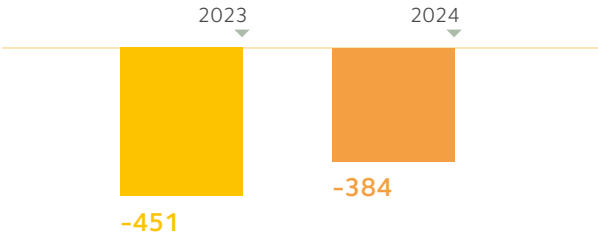
Con l'obiettivo di ottimizzare il consumo energetico, l'azienda monitora e rendiconta regolarmente l'utilizzo di gas, carburanti ed energia elettrica anche attraverso una **diagnosi energetica, aggiornata secondo la periodicità prevista dalla normativa**, che consente di valutare le prestazioni e individuare aree di miglioramento.

Nello stabilimento di Imperia, tutta l'energia elettrica utilizzata proviene al **100% da fonti rinnovabili, un risultato frutto di una scelta consapevole avviata fin dal 2008**. A questa decisione si è affiancata, nel **2011, l'installazione di un impianto fotovoltaico** che produce in media 929.000 kWh all'anno, e che ha contribuito, nel 2024, a evitare l'emissione di oltre 384 tonnellate di CO₂ e ha reimmesso in rete circa 112.176 kWh, contribuendo così alla riduzione del mix energetico nazionale.

Energia elettrica consumata da fonte rinnovabile 2024



Emissioni evitate (tCO₂eq) metodo Market-Based grazie all'impianto fotovoltaico



Negli ultimi anni, l'adozione di tecnologie ad alta efficienza ha permesso di ottimizzare costantemente i consumi energetici.

Nel 2024, anche considerando l'interruzione dell'attività del reparto raffineria, la **riduzione** per quanto riguarda specificatamente l'**energia elettrica rispetto all'anno precedente è stata del 18%**, mentre la **riduzione complessiva dei consumi è stata del 30%** (passando da 33.993 a 23.610 GJ).

Questi risultati si riflettono positivamente anche sulle emissioni climalteranti, che vengono monitorate e rendicontate secondo lo standard internazionale del Greenhouse Gas Protocol.



100%
energia elettrica utilizzata
proveniente da fonti rinnovabili

Meno emissioni, più valore

L'impegno per la transizione energetica non riguarda solo l'efficienza, ma anche la **progressiva riduzione delle emissioni dirette e indirette legate alle attività operative**.

In linea con lo standard internazionale del GHG Protocol, l'azienda monitora e rendiconta le emissioni di **Scope 1** (ovvero quelle generate direttamente, come la combustione di gas per i processi termici) e di **Scope 2** (le emissioni indirette associate alla produzione di energia elettrica acquistata).

Nel 2024, le emissioni **Scope 1** si sono attestate a **992 tonnellate di CO₂eq**, registrando un sensibile calo rispetto all'anno precedente, favorito da una gestione più efficiente, da interventi di ammodernamento degli impianti e, in parte, dall'interruzione delle attività nel reparto raffineria.

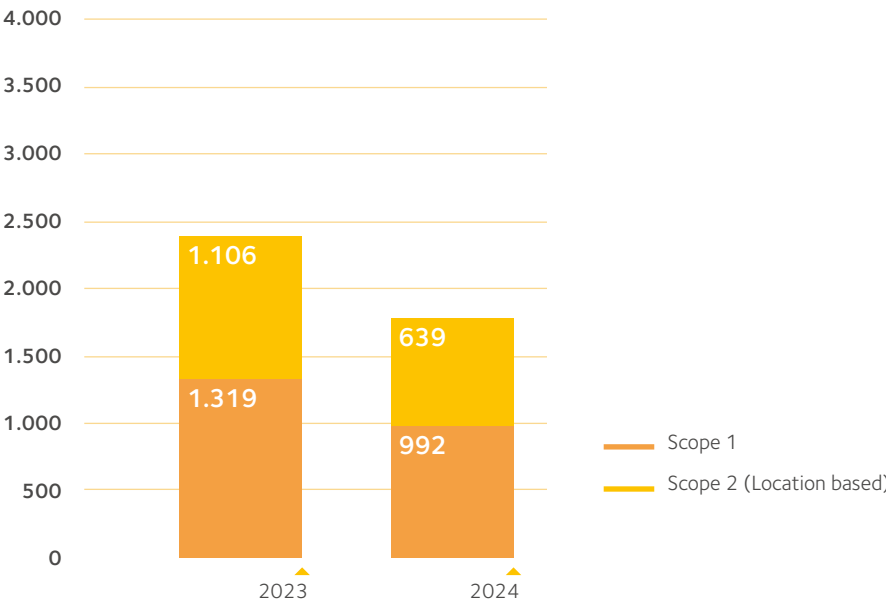
-33%
le emissioni totali di CO₂eq
per Scope 1 e Scope 2

Ancora più significativo il dato delle emissioni **Scope 2**, calcolate con il criterio "market-based" che **sono risultate nulle, grazie all'approvvigionamento da fonti rinnovabili**.

Complessivamente, **le emissioni Scope 1 e 2 sono diminuite del 33%**, passando da **2.425 a 1.631 tonnellate di CO₂eq**.

L'**indicatore di Carbon Intensity**, che misura il rapporto di CO₂ equivalente per tonnellata di prodotto venduto, ha evidenziato nel 2024 un valore praticamente stabile rispetto all'anno precedente (0,1329 tCO₂eq/t prod. venduti nel 2023 e 0,1405 tCO₂eq/t prod. venduti nel 2024).

Emissioni GHG (tCO₂eq) 2024



Risultati che confermano l’efficacia del percorso introdotto dall’azienda e che prosegue con iniziative già in corso o in fase progettuale: dall’installazione di una **nuova pompa di calore presso l’Emporio di Imperia**, al **progetto del nuovo frantoio**, ideato per garantire le migliori prestazioni energetiche attualmente possibili.

A queste si affiancano il **graduale passaggio del parco macchine aziendale a veicoli ibridi/ elettrici** e lo studio di fattibilità per la realizzazione di un **nuovo impianto fotovoltaico** presso lo stabilimento di Gazzelli.

870.806 kWh

la produzione dell'impianto fotovoltaico nello stabilimento di Imperia

384

le tonnellate di Co₂ risparmiate grazie all'impianto fotovoltaico



Guardare oltre le emissioni dirette: un impegno che attraversa tutta la filiera

Per una visione più completa e responsabile del proprio impatto climatico, Fratelli Carli ha esteso la rendicontazione sistematica delle emissioni anche a quelle **indirette lungo la value chain (Scope 3)**, secondo le linee guida del GHG Protocol. L'analisi, condotta a partire dal 2021, ha preso in considerazione fino allo scorso anno **sette categorie**, ritenute le più significative per l'attività aziendale.



94%

l'impatto carbonico totale rappresentato dalle emissioni Scope 3

Nel 2024 l’azienda ha incluso nel perimetro anche un’ulteriore categoria:

12 - Uso e fine vita dei prodotti venduti – che rendiconta le emissioni legate alla raccolta, al trattamento e allo smaltimento degli imballaggi dei prodotti venduti, calcolate in base ai materiali e alle tipologie di packaging venduti nelle diverse nazioni servite.

Complessivamente, le emissioni **Scope 3** rappresentano circa il 94% dell’impatto carbonico totale. Le categorie più significative si confermano l’**approvvigionamento delle materie prime e materiali da imballaggio**, che concorrono a determinare l’**81%** delle emissioni complessive, e i **trasporti (13,4%)**, seguiti dall’**acquisto di beni strumentali (2,4%)**.

Questa imponente rendicontazione **consente di individuare con maggiore precisione le aree a più alto impatto e di definire azioni mirate lungo la catena del valore, lavorando sul coinvolgimento dei fornitori** e promuovendo una maggiore **consapevolezza ambientale nei consumatori**.

Gestione dei rifiuti: ridurre, riciclare, recuperare

La gestione dei rifiuti è da sempre **una priorità fondamentale per Fratelli Carli**, che coinvolge non solo i dipendenti e i collaboratori interni, ma anche le aziende partner lungo tutta la filiera. Le modalità di gestione sono disciplinate da **specifiche procedure interne**, costantemente aggiornate per rispondere alle modifiche dei processi produttivi e ai requisiti normativi vigenti.

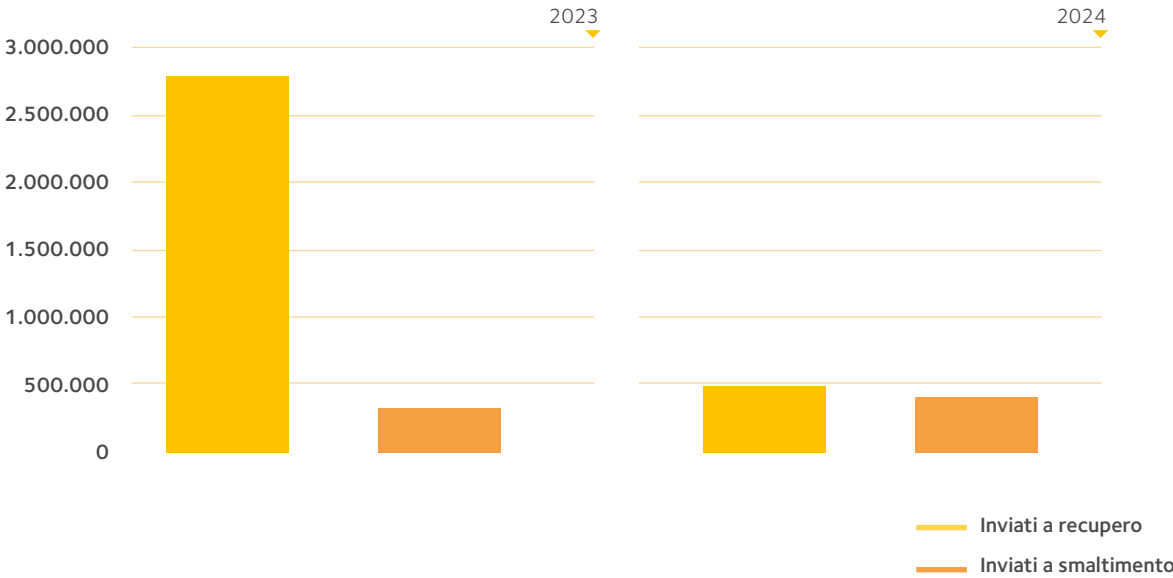
Fratelli Carli è consapevole di come una gestione impropria di questo processo possa generare impatti negativi sull'ambiente e sulla biodiversità e, per questo, si impegna a prevenire danni ecologici, limitando l'introduzione di sostanze esogene nell'ecosistema attraverso buone pratiche di smaltimento. **Un'analisi approfondita delle attività che generano scarti** ha permesso di classificarli e caratterizzarli in modo accurato, migliorando costantemente l'approccio nella loro gestione.

La maggior parte dei rifiuti prodotti dall'azienda è composto di materiali non pericolosi come imballaggi, residui delle operazioni di frantoio, rifiuti prodotti dall'attività di lavorazione alimentare.

Nel 2024, **la quantità totale di rifiuti è ulteriormente diminuita**, in linea con l'andamento degli ultimi anni, riflettendo sia il continuo impegno di Fratelli Carli nella prevenzione, sia l'inattività del reparto raffineria.

La temporanea inattività della raffineria ha influito anche sulla percentuale di rifiuti avviati a recupero, venendo meno una quota significativa di materiali di lavorazione di quel reparto, interamente destinati a tale trattamento. Nonostante ciò, l'azienda ha proseguito nel proprio impegno aumentare la quantità di rifiuti inviati a riciclo-recupero: oltre alla raccolta differenziata e al riciclo, una parte degli scarti viene, infatti, destinata a processi di rigenerazione in filiere che li trasformano in sottoprodotti per nuovi cicli produttivi.

Rifiuti destinati a recupero e smaltimento (Kg)



¹³ Per "**indice di intensità dei rifiuti**" si intende il rapporto tra i rifiuti totali generati (espressi in tonnellate) e la produzione fisica dell'impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l'indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti.

Per monitorare con sempre maggiore precisione i processi più rilevanti in termini di produzione di rifiuti, è stato introdotto **un apposito indice di intensità** riferito allo **stabilimento di Gazzelli**, dedicato alla produzione delle **specialità in vaso**¹³.

Questo indicatore consentirà di rilevare in modo puntuale gli effetti delle attività di efficientamento programmate per questo sito produttivo. Con riferimento al biennio 2023-2024, l'indice mostra una sostanziale **stabilità nel volume di rifiuti prodotti** per numero di vasi, pari a 0,119 kg nel 2023 e **0,123 kg** nel 2024.



Per il sito produttivo di Gazzelli

0,123 Indice di intensità dei rifiuti

0,0032 Indice di intensità idrica

Uso responsabile dell'acqua: efficienza, recupero, tutela

Attraverso un **insieme integrato di azioni tecniche, gestionali e culturali**, Fratelli Carli promuove da sempre **una gestione dell'acqua efficiente**, consapevole del valore di questa risorsa per l'ambiente e per il territorio.

Nel 2024 si è registrata una significativa **riduzione del fabbisogno idrico**, riconducibile in buona parte all'interruzione dell'attività del reparto raffineria.

Anche in questo ambito, l'Azienda ha introdotto un **apposito Indice di Intensità idrica**¹⁴ **per il sito produttivo di Gazzelli**, con l'obiettivo di monitorare in modo puntuale i risultati delle azioni di miglioramento via via implementate. Nel biennio 2023-2024, l'indice ha rilevato una lieve riduzione dei consumi, passando da 0,0034 m³ per vaso nel 2023 a **0,0032 m³** per vaso nel 2024.

L'impegno nella gestione responsabile della risorsa idrica si traduce anche in **un costante monitoraggio della qualità dell'acqua**, sia in entrata che in uscita. Nella sede di Imperia, il rispetto dei limiti di legge per gli scarichi in fognatura è garantito da un sistema di controllo continuo che comprende campionatori, misuratori di portata e sonde termometriche.

¹⁴ Per "**indice di intensità idrica**" si intende il rapporto tra l'acqua complessivamente utilizzata (espressa in m³) e la produzione fisica dell'impianto. In particolare, per lo stabilimento di Gazzelli l'indice è calcolato rispetto al numero totale di vasetti prodotti.

Le verifiche analitiche affidate a un laboratorio esterno confermano regolarmente la conformità agli standard previsti dalla normativa (D.Lgs. 152/06 e ss.mm.ii.). Una parte importante delle pratiche quotidiane di Fratelli Carli é anche il **trattamento delle acque**. Nella sede di Gazzelli è attivo, a servizio dell'attività produttiva, un moderno impianto di depurazione dei reflui che permette di restituire in pubblica fognatura le acque conformi alle normative ambientali in essere. Anche nella sede di Imperia, l'acqua viene trattata in modo da garantire uno scarico conforme ai requisiti ambientali. In particolare, le acque di lavorazione passano attraverso vasche di decantazione per separare e recuperare le parti oleose, mentre quelle provenienti dall'autolavaggio sono convogliate a un impianto di depurazione.

L'attenzione all'efficienza idrica si estende anche agli uffici, dove l'acqua dell'acquedotto è utilizzata per i servizi igienici e gli spogliatoi. Tutti i rubinetti tradizionali sono forniti di miscelatori acqua-aria, che riducono il flusso mantenendo la stessa efficacia del getto. Inoltre, le colonnine per l'erogazione di acqua potabile microfiltrata e refrigerata presenti in ogni reparto, incentivano l'uso delle borracce, anziché delle bottiglie in plastica.

Un approccio integrato per la gestione responsabile delle risorse

I risultati raggiunti da Fratelli Carli nella riduzione dei consumi, delle emissioni e dei rifiuti sono frutto di un approccio integrato che combina strumenti gestionali, innovazione tecnica e coinvolgimento attivo di tutta la catena del valore.

Il Sistema di Gestione Integrato Ambiente e Sicurezza consente un monitoraggio costante e sistematico delle performance ambientali e garantisce scelte coerenti e durature.

Un insieme di azioni coerenti e sinergiche, che si riflette trasversalmente su tutte le aree ambientali: dalla gestione delle performance operative alla valorizzazione dei sottoprodotti, fino al ruolo strategico della rete logistica.

Il **Sistema di Gestione Integrato Ambiente e Sicurezza** è il cuore operativo di questo impegno, consentendo un **monitoraggio costante e sistematico delle performance ambientali** e garantendo scelte coerenti e durature.

A questo si aggiunge un approccio preventivo che si traduce in azioni concrete: dalla riduzione dei materiali di imballaggio alla riprogettazione dei packaging, dalla dematerializzazione dei documenti cartacei alla mappatura dei materiali utilizzati per facilitarne un corretto smaltimento e migliorare il fine vita.

In quest'ottica, la **valorizzazione dei sottoprodotti rappresenta un esempio virtuoso di economia circolare**: le terre oleose, precedentemente classificate come rifiuto, vengono oggi reindirizzate alla produzione di biocarburanti, secondo quanto previsto dal **Sistema Nazionale di Certificazione della Sostenibilità**.

100%

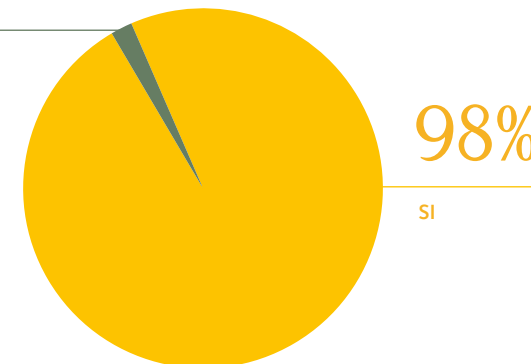
della CO₂ compensata per tutta la logistica di consegna Italia ed estero per l'anno 2023



“Pianificate i vostri percorsi in modo da poter ottimizzare gli spostamenti?*

2%

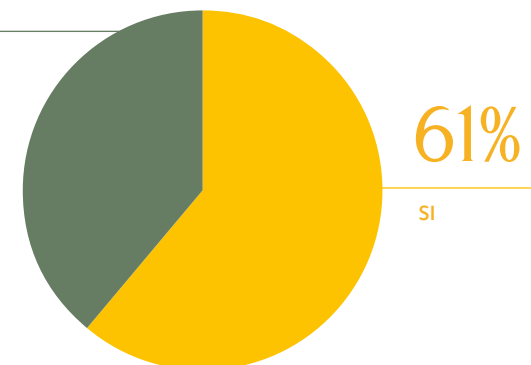
NO



“Utilizzate applicazioni per la pianificazione dei percorsi?*

39%

NO



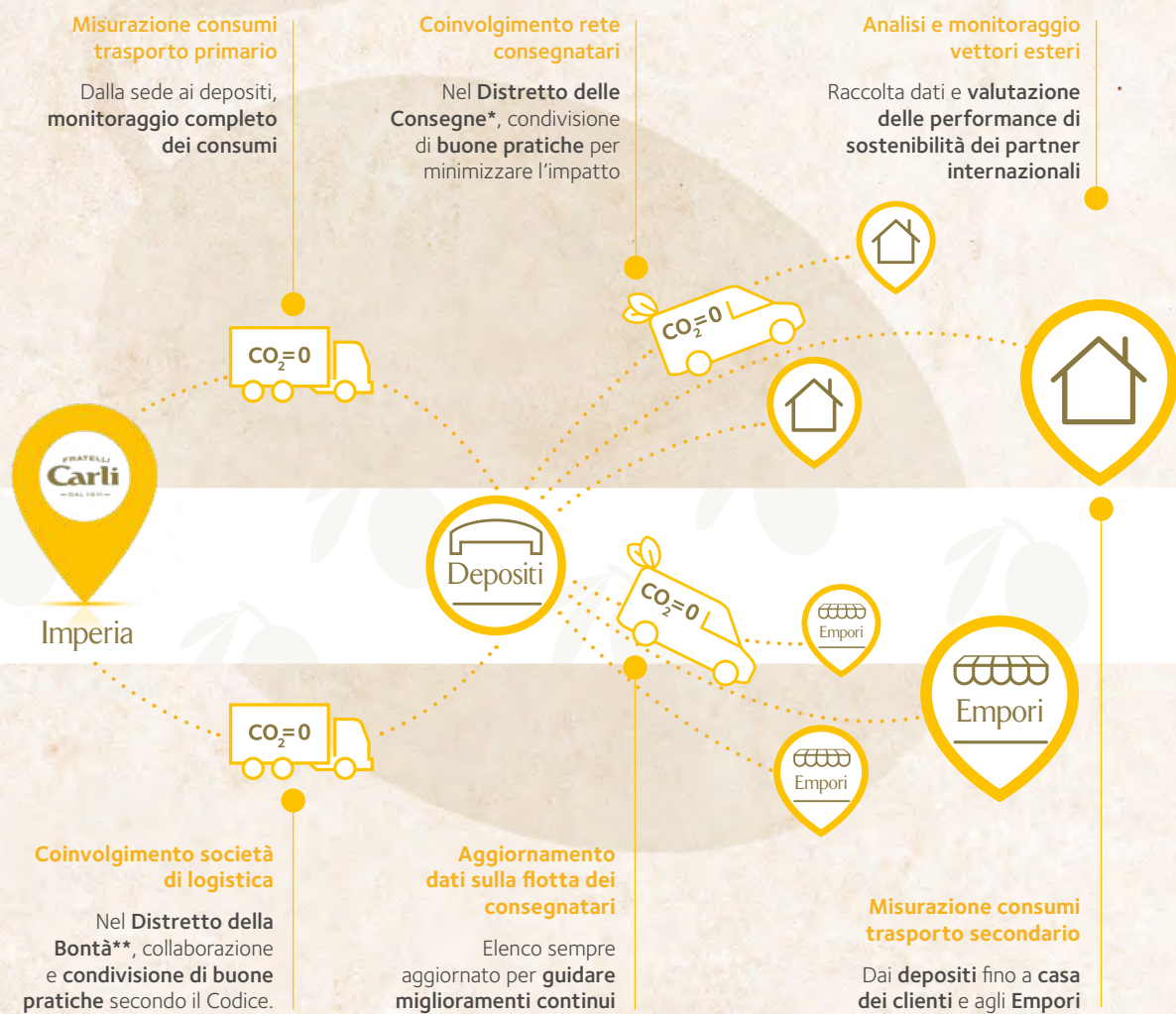
* Domande tratte dalla **check list** sottoposta annualmente ai consegnatari del Distretto delle Consegne.

Un contributo fondamentale all'approccio integrato di Fratelli Carli arriva, inoltre, dalla rete di partner logistici, rappresentata in particolare dai **consegnatari del “Distretto delle Consegne”**.

I padroncini coinvolti nel **“Codice delle Consegne”** si impegnano ad adottare le azioni e le procedure previste dal **Codice delle consegne** per **minimizzare, per quanto possibile, l'impatto ambientale della loro attività, monitorando i propri consumi anno dopo anno**.

Per valutare l'efficacia di questi impegni, il Distretto utilizza regolarmente una **checklist dedicata** che, anche nel 2024, ha evidenziato progressi significativi in termini di consapevolezza e miglioramento continuo.

Il **“Distretto delle Consegne”** utilizza regolarmente una **checklist dedicata** per tracciare i progressi significativi in termini di consapevolezza e miglioramento continuo.



* Per approfondimenti si veda pag. 94.

** Per approfondimenti si veda pag. 96.

MISURARE, RIDURRE, COMPENSARE

In continuità con il percorso di rendicontazione delle emissioni di Scope 3 e con il coinvolgimento attivo dei consegnatari nell'ottimizzazione dei consumi, Fratelli Carli ha individuato nella logistica una leva strategica per **intervenire concretamente sull'impatto ambientale**.

La mappatura delle emissioni lungo l'intero sistema della logistica di consegna – dal trasporto primario fino a casa del cliente e agli Empori sul territorio – ha reso possibile **l'attivazione di un piano strutturato di compensazione**.

Dal 2022, le **emissioni generate da tutto il processo di consegna** sia in Italia che all'estero, vengono compensate attraverso l'acquisto annuale di **crediti di carbonio certificati**, generati da progetti per la produzione di energia da fonti rinnovabili. Anche per le emissioni della logistica di consegna relative al 2024, l'azienda ha confermato il proprio impegno nel dare continuità a questo percorso.

compensazione del **100%**
delle emissioni della logistica
di consegna per l'anno 2023





Cultura e tradizione mediterranea

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

“



Claudia Carli
Responsabile Comunicazione
Corporate

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.



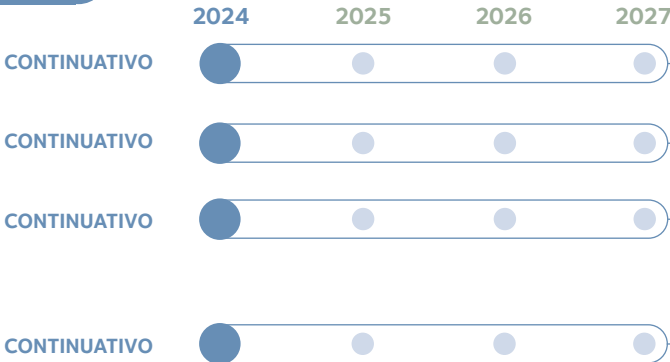
Cultura e Tradizione

Obiettivi 2024-2027



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

- Mantenere o **incrementare** il numero annuale di **visitatori al Museo dell’Olivo**
- Consolidare la **diffusione di contenuti dedicati alla sostenibilità tramite e-mail marketing**, mantenendo o incrementando il numero di invii annuali rivolti ai clienti
- Assicurare la **pubblicazione regolare**, su base mensile, di **contenuti digitali dedicati alla sostenibilità** su tutti i canali social aziendali attivi nelle diverse nazioni servite
- Garantire la **partecipazione** del Museo dell’Olivo **ad almeno un’iniziativa culturale nazionale** all’anno su impresa e sviluppo sostenibile



Obiettivo

raggiunto

in corso

non raggiunto

Risultati 2024

+13,6%

i visitatori del Museo dell'Olivo Carlo Carli rispetto al 2023

4.040.000

i contatti via e-mail sui temi della sostenibilità che hanno raggiunto i clienti

72

contenuti digitali a tema sostenibilità pubblicati sui canali social aziendali, assicurando una continuità mensile in tutte le aree servite

si veda pagg. 118-119

Highlights 2024

100%

gli Empori che riportano informazioni sulla sostenibilità

776.400

i visitatori totali del Museo dell’Olivo Carlo Carli dalla sua apertura

+1.800

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

4.040.000

i contatti via e-mail sui temi della sostenibilità che hanno raggiunto i clienti

13

i Corsi di Cucina nell’Emporio di Imperia

+13,6%

i visitatori del Museo dell'Olivo Carlo Carli rispetto al 2023

Cultura, tradizione, sostenibilità

Per Fratelli Carli la sostenibilità non è solo una scelta ambientale, ma anche culturale. Nasce dalla propria storia che affonda le radici nel Mediterraneo: un equilibrio tra gusto, benessere e relazioni.

Per questo l'azienda condivide ogni giorno la cultura d'impresa che gli è propria attraverso attività educative, iniziative di sensibilizzazione e occasioni di dialogo con clienti e comunità.

Comunicare la sostenibilità: contenuti per informare e coinvolgere

Anche quest'anno è proseguita con continuità l'attività di comunicazione sui temi della sostenibilità attraverso un piano editoriale digitale pensato per informare i clienti, ispirarli e promuovere scelte consapevoli.

Sono stati oltre 4 milioni i contatti e-mail inviati per offrire spunti e approfondimenti dedicati a tutti e cinque i "pilastri" di sostenibilità dell'azienda, con l'obiettivo di condividere conoscenze, valori e pratiche, capaci di orientare comportamenti responsabili nella vita quotidiana.

Accanto all'e-mail marketing anche il piano social è stato rafforzato con contenuti dedicati alla sostenibilità, pensati per raggiungere un pubblico ancora più ampio grazie al linguaggio immediato e diretto, tipico di questi canali di comunicazione. Un'attività che proseguirà anche nei prossimi mesi, con l'obiettivo di promuovere la cultura del cambiamento.



Oltre **4 milioni** i contatti e-mail inviati per offrire spunti e approfondimenti dedicati alla sostenibilità

Gli Empori: spazi di relazione, gusto e consapevolezza

Gli Empori non sono solo punti vendita, ma luoghi dove la relazione con i clienti si arricchisce di significato. Qui la qualità dei prodotti incontra l'accoglienza e la competenza, con la possibilità di conoscere da vicino i valori che guidano l'azienda.

Un ruolo centrale è svolto dai collaboratori che operano negli Empori che, costantemente formati anche su tutte le iniziative di sostenibilità dell'azienda, diventano interlocutori consapevoli, in grado di accompagnare i clienti in un'esperienza autentica e informata.

13 i Corsi di Cucina nell'Emporio di Imperia

Un'esperienza che, nell'Emporio di Imperia, si concretizza anche nella possibilità di partecipare a corsi di cucina. Un'occasione concreta per trasmettere le peculiarità della Dieta Mediterranea e condividere, attraverso il gusto, una cultura alimentare fatta di tradizione, equilibrio e convivialità.



Per rafforzare ulteriormente questo dialogo e condividere in modo ancora più coinvolgente la cultura dell'olio, Fratelli Carli ha ideato e sviluppato internamente il progetto "L'origine sei tu", un percorso esperienziale condotto dall'assaggiatore professionista dell'azienda, capo panel Federolio¹⁵, che guida i partecipanti in un'immersione sensoriale e narrativa nel mondo dell'olio.

Il percorso parte dalla scoperta delle cultivar e delle loro origini, approfondisce le tecniche di assaggio e le caratteristiche degli oli, fino ad arrivare alla creazione del proprio blend personalizzato. Un'occasione per "mettersi nei panni" di un vero assaggiatore e vivere in prima persona l'arte e la competenza che stanno dietro a ogni bottiglia.

Un'attività sorprendente, pensata per far conoscere la tradizione oleicola mediterranea, rafforzando il legame tra qualità, cultura e sostenibilità.

"L'origine sei tu": un percorso esperienziale sorprendente, pensato per far conoscere la tradizione oleicola mediterranea, rafforzando il legame tra qualità, cultura e sostenibilità



¹⁵ Federolio: Federazione Nazionale Del Commercio Oleario.



Il percorso museale si snoda attraverso 18 sale tematiche, offrendo un viaggio affascinante che abbraccia oltre 6.000 anni di storia

Il Museo dell'Olio Carlo Carli: un viaggio nella storia del Mediterraneo

Nel cuore di Imperia, all'interno di una raffinata palazzina liberty sede storica dell'azienda, sorge il **Museo dell'Olio Carlo Carli, fondato nel 1992 dalla famiglia Carli**. Il Museo custodisce **una delle più ricche collezioni archeologiche private italiane dedicate alla cultura dell'olivo e dell'olio di oliva, dichiarata di "eccezionale interesse archeologico"** dalla Soprintendenza Archeologica della Liguria.

Il percorso museale si snoda attraverso 18 sale tematiche, offrendo **un viaggio affascinante che abbraccia oltre 6.000 anni di storia**. I visitatori possono ammirare reperti archeologici rari, come lucerne, oliere, preziosi vasi per cosmetici, attrezzi agricoli e frantoi, che testimoniano l'importanza dell'olivo e dell'olio di oliva nelle civiltà mediterranee. Il Museo esplora anche **il ruolo dell'olio nell'alimentazione, nella religione, nella cosmetica e nella cultura, evidenziando il profondo legame tra l'uomo, l'olivo e l'olio**.



+19.000

i **visitatori** del **Museo dell'Olio** nel corso dell'anno

Nel 2024 il Museo ha accolto **oltre 19.000 visitatori**, un numero in crescita di oltre il 13% rispetto all'anno precedente. Il 10% del pubblico é rappresentato da scolaresche coinvolte anche in **percorsi educativi offerti dal Museo, come il "LaboratOlio"**, mentre oltre il 60% dei visitatori sono **turisti stranieri che desiderano scoprire la cultura mediterranea** attraverso il viaggio che l'olivo e l'olio hanno fatto nei millenni lungo tutte le coste del nostro mare.

Oltre alla conservazione del patrimonio storico, il **Museo dell'Olio Carlo Carli è attivamente coinvolto in progetti di ricerca e valorizzazione culturale**. Collabora con l'Università degli Studi di Genova al progetto "PatrimOlio culturale", che ha portato all'istituzione di un dottorato di ricerca incentrato sul significato dell'olivo e dell'olio tra l'età classica e tardoantica.

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



Museimpresa: promuovere la cultura d'impresa e la sostenibilità

Il Museo dell'Olio Carlo Carli è membro attivo di **Museimpresa, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa**, che riunisce oltre 130 realtà museali aziendali italiane. Attraverso questa adesione, il Museo **contribuisce alla salvaguardia della memoria industriale italiana e alla valorizzazione delle capacità imprenditoriali come motore di sviluppo sostenibile**.

Nel corso dell'anno, il Museo ha partecipato a diverse iniziative promosse dall'associazione tra cui la *"Giornata Internazionale dei Musei"*, il progetto *"Itinerari Museimpresa"* in collaborazione con il Touring Club Italiano, la *"Settimana della Cultura d'Impresa"* e la *"Giornata internazionale del Made in Italy"*.

Queste attività rafforzano il ruolo del Museo dell'Olio Carlo Carli come punto di riferimento nella promozione della **cultura d'impresa consapevole, integrando memoria storica e innovazione, e contribuendo alla diffusione dei valori della dieta mediterranea, riconosciuta dall'UNESCO come Patrimonio immateriale dell'umanità**.



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

NOTA METODOLOGICA

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



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 svolta nel 2023 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)¹⁶ 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.

¹⁶ 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 2024 e il 31 dicembre 2024.

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 (2022–2023–2024); 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 2022–2024.
- **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, 2020, fino al 2023. A partire dal 2024 è stato invece utilizzato il fattore di emissione dell’European Environment Agency (EEA), considerato più attuale rispetto a Terna.
 - *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 per l'anno 2024.
- *Categoria 12 – Trattamento a fine vita dei prodotti venduti:* l'analisi si è basata sui dati forniti dall'azienda relativi alla quantità di imballaggi venduti. Per stimare il destino degli imballaggi a fine vita, sono state utilizzate fonti ufficiali che riportano le percentuali di riciclo per ciascun Paese: il Rapporto Rifiuti Urbani ISPRA 2024 per l'Italia, Eurostat 2024 per gli altri Paesi europei, e US EPA 2024 per gli Stati Uniti. Queste fonti hanno permesso di determinare la quota di imballaggi effettivamente riciclata e quella destinata ad altri trattamenti (es. discarica, incenerimento). I fattori di emissione associati ai diversi scenari di trattamento sono stati ricavati dalla banca dati Ecoinvent.

- **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, 2022-2023-2024.
- **Infortuni sul lavoro:**
 - tasso di infortuni sul lavoro registrabili: rapporto fra il numero di infortuni sul lavoro registrabili e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000;
 - 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 1.000.000;
 - 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 1.000.000.

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 son 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.

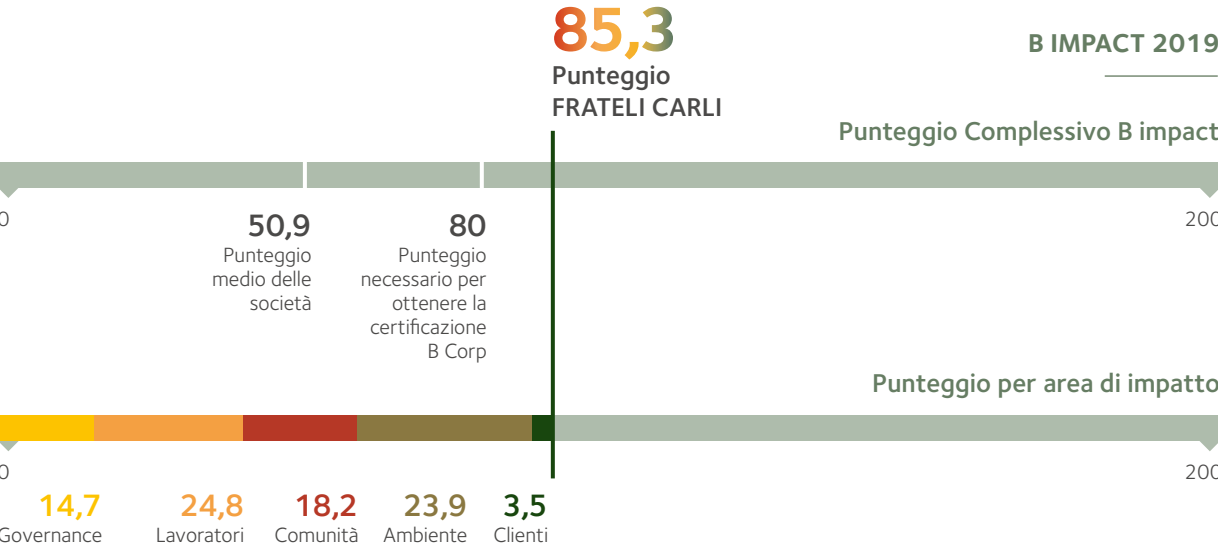
L'attività di misurazione dei propri impatti per l'anno di rendicontazione 2024 si è conclusa con l'ottenimento di un punteggio pari a 85,3.

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 (€)			
	2022	2023	2024
Valore economico direttamente generato	158.844.271	137.654.680	123.930.774
Valore economico distribuito	156.605.181	132.586.981	117.176.988
Costi operativi	137.947.827	111.206.795	96.565.599
Salari e benefit dei dipendenti	17.756.037	17.068.606	17.310.995
Pagamenti ai fornitori di capitale	1.302.152	3.335.369	2.736.466
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	621.612	801.989	440.686
Investimenti nella comunità	220.776	154.222	123.242
Valore economico trattenuto	2.239.090	5.067.699	7.170.943

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 204-1 Proporzione di spesa verso i fornitori locali (%)			
	2022	2023	2024
Budget di approvvigionamento speso per fornitori locali	77%	76%	63%

ANTICORRUZIONE

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

	2022	2023	2024
Episodi di corruzione accertati	0	0	0
Cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro l’organizzazione o i suoi dipendenti	0	0	0



INFORMATIVA GENERALE

GRI 2-7¹⁷ | Dipendenti (n)

	2022	2023	2024
Dipendenti	378	378	355
<i>Donne</i>	190	196	182
<i>Uomini</i>	188	182	173
Contratto Full-Time	277	251	238
<i>Donne</i>	108	91	86
<i>Uomini</i>	169	160	152
Contratto Part-Time	101	127	117
<i>Donne</i>	82	105	96
<i>Uomini</i>	19	22	21
Contratto a tempo indeterminato	342	339	325
<i>Donne</i>	165	163	161
<i>Uomini</i>	177	176	164
Contratto a tempo determinato	36	39	30
<i>Donne</i>	25	33	21
<i>Uomini</i>	11	6	9

GRI 2-8 | Lavoratori non dipendenti (n)

	2022	2023	2024
Non dipendenti			
<i>Interinali</i>	4	1	1

¹⁷ 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)

	2022	2023	2024
Assunzioni totali	133	103	92
Genere			
Donne	73	60	45
Uomini	60	43	47
Fascia d’età			
<30 anni	67	40	32
30 ≤ x ≤ 50 anni	49	49	40
>50 anni	17	14	20

GRI 401-1 | Turnover (n)

	2022	2023	2024
Cessazioni totali	136	103	115
Genere			
Donne	70	54	59
Uomini	66	49	56
Fascia d’età			
<30 anni	61	46	33
30 ≤ x ≤ 50 anni	53	35	53
>50 anni	22	22	29

SALUTE E SICUREZZA

GRI 403-9 | Infortuni sul lavoro

	U.M.	2022	2023	2024
Dipendenti				
Numero totale di ore lavorate	n.	602.220	586.914	568.203
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	0	3	2
di cui con gravi conseguenze	n.	0	0	0
di cui con incidenti in itinere	n.	0	0	0
Numero totale di decessi come risultato di un infortunio sul lavoro	n.	0	0	0
Tasso di infortunio ¹⁸	Tasso	0,0	1,02	3,52
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.	90.007	72.632	51.996
Numero totale di infortuni sul lavoro	n.	0	0	0
di cui con gravi conseguenze	n.	0	0	0
di cui con incidenti in itinere	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

¹⁸ A partire dal 2024, il tasso di infortunio è stato ricalcolato come rapporto tra il numero di infortuni registrabili e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000. Fino al 2023, il moltiplicatore adottato era pari a 200.000. L'aggiornamento consente di armonizzare l'indicatore con quanto previsto dalla norma ISO 45001. Il tasso 2023, utilizzando il moltiplicatore 1.000.000, sarebbe pari a 5,11.

FORMAZIONE

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

	2022	2023	2024
Genere			
Donne	14,1	18,2	18,6
Uomini	9	12,1	18
Categoria professionale			
Dirigenti	9,6	6,2	20,2
Quadri	17,8	27,2	13,6
Impiegati	13,8	17,0	19,5
Operai	5,6	10,3	15,7
Totale	11,5	15,3	18,3



DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

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

	2022		2023		2024	
Genere	n.	%	n.	%	n.	%
Donne	1	20	1	20	1	25
Uomini	4	80	4	80	3	75
Fascia d'età	n.	%	n.	%	n.	%
<30 anni	0	0	0	0	0	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	2	40	2	40	2	50
>50 anni	3	60	3	60	2	50

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

	2022		2023		2024	
Categoria professionale	n.	%	n.	%	n.	%
Dirigenti	4	1,1	5	1,3	5	1,4
Donne	0	0,0	1	0,5	1	0,3
Uomini	4	2,1	4	2,2	4	1,1
Quadri	11	2,9	9	2,3	10	2,8
Donne	4	2,1	2	1,0	3	0,9
Uomini	7	3,7	7	3,8	7	1,9
Impiegati	256	67,7	259	68,6	241	67,9
Donne	167	87,9	175	89,3	161	45,4
Uomini	89	47,3	84	46,2	80	22,5
Operai	107	28,3	105	27,8	99	27,9
Donne	19	10,0	18	9,2	17	4,8
Uomini	88	46,8	87	47,8	82	23,1

Fascia d’età	2022		2023		2024	
	n.	%	n.	%	n.	%
<30 anni	32	8,5	24	6,3	17	4,8
Dirigenti	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Quadri	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Impiegati	31	12,1	22	8,5	16	4,5
Operai	1	0,9	2	1,9	1	0,3
30 ≤ x ≤ 50 anni	162	42,9	166	43,9	150	42,3
Dirigenti	0	0,0	1	20,0	0	0,0
Quadri	1	9,1	0	0,0	1	0,3
Impiegati	130	50,8	139	53,7	128	36,1
Operai	31	29,0	26	24,8	21	5,9
>50 anni	184	48,7	188	49,7	188	52,9
Dirigenti	4	100,0	4	80,0	5	1,4
Quadri	10	90,9	9	100,0	9	2,5
Impiegati	95	37,1	98	37,8	97	27,3
Operai	75	70,1	77	73,3	77	21,7

PRIVACY DEI CLIENTI			
GRI 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti (n)			
	2022	2023	2024
Numero totale di reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti	3	2	1
Di cui ricevuti da soggetti esterni	3	2	1
Di cui provenienti da organi di controllo	0	0	0
GRI 418-1 Casi di perdita di dati dei clienti (n)			
	2022	2023	2024
Numero totale di furti o perdite identificati di dati dei clienti	2	0	1

Indicatori ambientali

MATERIALI			
GRI 301-1 Consumo di materiali (ton) ¹⁹			
	2022	2023	2024
Materiali di processo e per il packaging	8.701	6.441	5.715
Plastica	91	71	65
Carta e cartone	2.639	2.272	1.703
Legno	214	128	111
Banda stagnata	178	181	167
Alluminio	26	19	22
Vetro	5.553	3.770	3.647
Materie prime alimentari	17.252	9.841	4.976
Olio ²⁰	16.925	9.081	4.598
Olive per frantoio	28	29	130
Altri materiali (es. polpa di pomodoro, basilico, formaggio)	299	731	248
Prodotti finiti alimentari acquistati da terzi	1.240	1.078	1.164
Prodotti “Mare” (es. tonno, ventresca, acciughe)	303	274	255
Dolci delle feste (es. panettoni, colombe)	210	180	263
Saponi	123	88	103
Pasta secca	154	183	210
Olive / Patè di olive	127	102	94
Altri prodotti finiti (es. grigliati, marmellate, focaccia, zuppe)	323	251	239

¹⁹ Nel presente ciclo di rendicontazione è stato introdotto un nuovo Data Warehouse (DWH) a supporto della raccolta e gestione dei dati di sostenibilità. Tale aggiornamento ha comportato una revisione strutturata delle categorie di classificazione delle materie prime e dei materiali, finalizzata a migliorarne la coerenza, la tracciabilità e l’accuratezza.

²⁰ Si evidenzia che i dati riferiti alla materia prima “olio” risultano influenzati da un’interruzione temporanea dell’attività della raffineria, intervenuta nel periodo di riferimento, la quale ha avuto impatti significativi sui volumi gestiti e sui relativi indicatori ambientali.

	2022	2023	2024
Prodotti mediterranea	117	663	7
Bulk	67	624	7
Plastica	12	13	0
Carta	22	9	0
Vetro	7	15	0
Alluminio	0	1	0
Legno	1	0,5	0
Sapone solido	8	0,5	0
Totale materiali	27.311	18.023	11.862

ALTRI MATERIALI (I)			
	2022	2023	2024
Vino	225,153	114,669	119,71
Aceto	107,419	86,178	74
Sapone liquido, smacchio, crema mani	81,196	61,465	62,33
Totale materiali	413,768	262,312	256,04

ENERGIA				
GRI 302-1 Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili				
	U.M.	2022	2023	2024
Diesel	l	78.439	75.800	78.350
GPL	l	6.739	6.157	6.218
Gas naturale	Std ^m ³	494.608	300.207	73.875
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	140.713	115.357	121.739
	Benzina	17.742	19.120	24.691

GRI 302-1 Consumo di energia indiretta (kWh)			
	2022	2023	2024
Consumo di energia elettrica acquistata	4.390.260	3.512.210	2.838.284
di cui con certificazione da fonte rinnovabile	4.390.260	3.512.210	2.838.284

GRI 302-1 Energia elettrica prodotta (kWh)			
	2022	2023	2024
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e venduta	68.574	111.495	112.176
Elettricità da fonte rinnovabile prodotta e consumata	897.286	876.372	758.630

GRI 302-1 Energia consumata (GJ)			
	2022	2023	2024
Diesel	7.845	6.843	7.161
GPL	159	146	147
Benzina	520	561	724
Gas naturale	17.450	10.644	2.629
Energia elettrica	19.035	15.799	12.949
Totale	45.009	33.993	23.610

EMISSIONI			
GRI 305-1 Emissioni Scope 1 (tCO ₂ eq)			
	2022	2023	2024
Diesel	580	506	527
GPL	11	10	10
Benzina	38	41	58
Gas naturale	985	601	149
Perdite di gas refrigeranti	154	161	248
Totale Scope 1	1.767	1.319	992

GRI 305-2 Emissioni Scope 2 (tCO ₂ eq)			
	2022	2023	2024
Location-Based	1.383	1.106	639
Market-Based ²¹	0	0	0

²¹ Le emissioni Scope 2 calcolate con il metodo *market based* sono nulle perché l’azienda consuma energia elettrica proveniente totalmente da fonti rinnovabili, in parte prodotta autonomamente tramite pannelli fotovoltaici, in parte acquistata e certificata da fonte 100% rinnovabile.

GRI 305-3 Emissioni Scope 3 (tCO ₂ eq)			
	2022	2023	2024
1. Beni e servizi acquistati	50.749	37.038	19.459
2. Beni strumentali	1.579	475	584
3. Attività connesse al consumo di combustibili e energia	353	275	204
4. Trasporto e distribuzione upstream – in entrata	3.031	1.289	567
Trasporto e distribuzione upstream – in uscita ²²	3.938	2.686	2.653
5. Rifiuti generati dall’azienda	362	276	253
6. Viaggi di lavoro	4	4	3
7. Tragitto casa-lavoro ²³	147	147	145
12. Trattamento a fine vita dei prodotti venduti	-	-	178
Totale Scope 3	60.163	42.173	24.046

GRI 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (tCO ₂ eq /M€)			
GRI 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (t CO ₂ eq/t)			
	2022	2023	2024
Emissioni dirette Scope 1 (tCO ₂ eq)	1.767	1.319	992
Emissioni indirette Scope 2 (tCO ₂ eq)	1.383	1.106	639
Fatturato (M€)	155,7	141,2	121,7
Prodotti venduti (t)	-	18.236	11.606
Totale intensità emissive (tCO ₂ eq/M€ fatturato)	20,2	17,2	13,4
Totale intensità emissive (tCO ₂ eq/tonnellate di prodotti venduti)	-	0,13	0,14

²² Le emissioni totali relative al trasporto estero sono state ricalcolate. Questa rettifica riflette l’aggiornamento dei dati e l’adozione di metodologie di calcolo migliorate.

²³ Per la metodologia di calcolo, si rimanda alla sezione “Nota metodologica”.

ACQUA

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

	2022	2023	2024
<i>Prelievo da pozzi</i>	70	52	0,3
<i>Prelievo da acquedotto</i>	13	15	12,6
Totale prelievo idrico	83	67	12,9

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

	2022	2023	2024
<i>Scarico in impianto comunale</i>	80	66	12
Totale scarico idrico	80	66	12

GRI 303-5 | Consumo di acqua (ML)

	2022	2023	2024
<i>Prelievo idrico totale</i>	83	67	13
<i>Scarico idrico totale</i>	80	66	12
Consumo totale di acqua	3	1	1

RIFIUTI

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

		2022	2023	2024
Solventi di laboratorio		<1	<1	<1
Packaging	Carta	390	287	254
	Plastica	25	19	18
	Vetro	41	26	22
Rifiuti alimentari		8	28	15
Toner delle stampanti		<1	<1	<1
Rottami di alluminio		4	2	4
Terre decoloranti da filtrazione		195	112	16
Oli e grassi commestibili		1	<1	<1
Fanghi prodotti da operazioni del frantoio		56	115	218
Altri differenziati		4.360	2.447	382
Rifiuti urbani non differenziati		0	0	0
Totale		5.080	3.039	930
di cui pericolosi		2	10	13
di cui non pericolosi		5.078	3.029	917
di cui inviati a riciclo/recupero		4.747	2.708	495
di cui non inviati a riciclo/recupero		333	331	435

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	Pag. 20	
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell’organizzazione	Pag. 20	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Pag. 20	sosteniamoci@oliocarli.it
GRI 2-4	Revisione delle informazioni		Rispetto ai dati pubblicati nel Bilancio 2023, è stato aggiornato il seguente GRI: 305-3 Emissioni Scope 3 (2023)
GRI 2-5	Assurance esterna	Pag. 150-152	
Attività e lavoratori			
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pag. 36-37	
GRI 2-7	Dipendenti	Pag. 129	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	Pag. 129	
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	Pag. 29-30	
GRI 2-23	Impegno in termini di policy	Pag. 22-23	
GRI 2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	Pag. 22-23	
GRI 2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	Pag. 22-23	
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pag. 26	
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Pag. 23	
GRI 2-28	Appartenenza ad associazioni	Pag. 23	
Coinvolgimento degli stakeholder			
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 42	
GRI 2-30	Contratti collettivi	Pag. 61	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
Temi materiali			
GRI 3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Pag. 34-41	
GRI 3-2	Elenco dei temi materiali	Pag. 37-41	
Valorizzazione delle comunità locali			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39; 66-92	
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 43	
GRI 204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Pag. 92	
Condizione etica del business			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 20-41	
GRI 205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Pag. 128	
Sostenibilità dei materiali ed eco-design di prodotto			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39-78	
GRI 301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	Pag. 135-136	
Climate Action			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 40; 99-109	
GRI 302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	Pag. 137-138	
GRI 305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Pag. 138	
GRI 305-2	Emissioni di gas ad effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Pag. 138	
GRI 305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	Pag. 139	
GRI 305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	Pag. 139	
Riduzione degli impatti della produzione			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 40; 107	
GRI 303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 107	

Disclosure	Descrizione dell'indicatore	Sezione	Omissioni – Note
GRI 303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	Pag.107	
GRI 303-3	Prelievo idrico	Pag. 140	
GRI 303-4	Scarico idrico	Pag. 140	
GRI 303-5	Consumo idrico	Pag. 140	
GRI 306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Pag. 106	
GRI 306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Pag. 106	
GRI 306-3	Rifiuti generati	Pag. 141	
GRI 306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	Pag. 141	
GRI 306-5	Rifiuti conferiti in discarica	Pag. 141	
Gestione responsabile della catena di fornitura			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39; 88-97	
GRI 308-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	Pag. 92-95	
GRI 414-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	Pag. 92-95	
Sicurezza e diritti dei dipendenti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 38; 52-73	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 61-62	
GRI 403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Pag. 62	
GRI 403-3	Servizi per la salute professionale	Pag. 61-62	
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Pag. 61-62	
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 61	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 61-62	
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Pag. 61-62	
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	Pag. 131	
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	Pag. 38; 52-73	
GRI 401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	Pag. 130	
GRI 401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato part-time	Pag. 63	
GRI 404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	Pag. 132	
Diversità e pari opportunità			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 38; 52-73	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Pag. 133-134	
Sicurezza alimentare			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39; 76-78	
GRI 416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Pag. 79	
Qualità ed eccellenza dei prodotti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39; 52-73	
GRI 417-3	Casi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	Pag. 79	
Rispetto della privacy			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 41; 61	
GRI 418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	Pag. 134	
Promozione di stili di vita sani attraverso la diffusione della dieta mediterranea			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 41; 112-119	
Soddisfazione e sicurezza dei clienti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 39; 65	



RELAZIONE SOCIETÀ DI REVISIONE



Relazione Società di Revisione



Relazione della società di revisione indipendente sul Report di Sostenibilità

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

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“*limited assurance engagement*”) del Report di Sostenibilità della Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit (di seguito anche “la Società”) relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

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 Mecenate, 12 - 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 - 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 2.875.000 i.r.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice Fiscale e numero di iscrizione 00434000564 - numero R.E.A. di Milano 606156 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicata sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/07/1998

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 dal GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio “*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*” (di seguito anche “*ISAE 3000 Revised*”), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Report di Sostenibilità non contenga errori significativi.

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Report di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Report di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio d'esercizio della Società;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Report di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Società e del sito produttivo di Gazzelli e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Report di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche della Società:

- a livello di azienda:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Report di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.



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 2024 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Report di Sostenibilità.

Genova, 20 giugno 2025

EY S.p.A.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Riccardo Riva', is written over a horizontal line.

Riccardo Riva
(Revisore Legale)



Fratelli Carli S.p.A. Società Benefit

Via Garessio 11, 18100 Imperia

www.oliocarli.it