



*Venchi*  
1878

*Venchi*

**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ  
2023**



01



PAG 3

INTRODUZIONE

02



PAG 6

IL GRUPPO VENCHI

03



PAG 22

LA STRATEGIA  
DI SOSTENIBILITÀ  
DEL GRUPPO VENCHI

04



PAG 30

I NOSTRI PRODOTTI

05



PAG 39

IL VALORE  
DELLE PERSONE

06



PAG 62

LA FILIERA  
RESPONSABILE

07



PAG 70

IL NOSTRO IMPEGNO  
PER L'AMBIENTE

08



PAG 86

APPENDICE

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>3</b>
1.1 LETTERA AGLI STAKEHOLDER	4
1.2 PRESENTAZIONE DEL PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO VENCHI	5
<b>2. IL GRUPPO VENCHI</b>	<b>6</b>
2.1 LA STORIA	7
2.2 I NOSTRI VALORI	9
2.3 IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS: LA PRESENZA MULTICANALE	11
2.4 GOVERNANCE ETICA E TRASPARENTE	15
<b>3. LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO VENCHI</b>	<b>22</b>
3.1 ANALISI DI MATERIALITÀ	23
3.2 PIANO DI SOSTENIBILITÀ	26
<b>4. I NOSTRI PRODOTTI</b>	<b>30</b>
4.1 COMUNICAZIONE E MARKETING RESPONSABILE	31
4.2 QUALITÀ DEI PRODOTTI E BENESSERE DEI CONSUMATORI	35
<b>5. IL VALORE DELLE PERSONE</b>	<b>39</b>
5.1 BENESSERE DEI DIPENDENTI	40
5.2 PROMOZIONE DELLO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE E DELLE PARI OPPORTUNITÀ	45
5.3 SALUTE E SICUREZZA NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS	54
5.4 SVILUPPO DEL TERRITORIO E DELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ	58
<b>6. LA FILIERA RESPONSABILE</b>	<b>62</b>
6.1 TUTELA DEI DIRITTI UMANI LUNGO LA VALUE CHAIN	63
6.2 INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO NEL SETTORE	64
6.3 GESTIONE RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME E DELLA SUPPLY CHAIN	66
<b>7. IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE</b>	<b>70</b>
7.1 RISPETTO PER L'AMBIENTE NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS	71
7.2 PRATICHE SOSTENIBILI NELLO SVILUPPO DEL PACKAGING	79
7.3 TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ	83
<b>8. APPENDICE</b>	<b>86</b>
8.1 NOTA METODOLOGICA	87
8.2 GRI CONTENT INDEX	88



# 01



## INTRODUZIONE

## 1.2 LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Gentili Stakeholder,

è con questa lettera che orgogliosamente vi presentiamo il primo Bilancio di Sostenibilità di Venchi.

In qualità di Presidente e Amministratore Delegato, condividiamo insieme a voi, per la prima volta attraverso questo documento, i significativi progressi raggiunti nel 2023 rispetto al nostro percorso di crescita sostenibile. Questo primo report segna l'inizio di un'analisi approfondita e progressiva sull'impatto che le nostre attività aziendali hanno a livello economico, ambientale e sociale.

In Venchi la sostenibilità non è solo un valore, ma è un impegno a garantire il benessere della quotidianità.

La strategia di sostenibilità è un approccio olistico che mira a integrare pratiche responsabili in ogni aspetto dell'attività aziendale. Attraverso la scelta attenta di materie prime sostenibili e la collaborazione con fornitori che condividono i nostri stessi valori, possiamo non solo ridurre il nostro impatto ambientale, ma anche migliorare la qualità dei nostri prodotti. Questo impegno verso la sostenibilità si estende oltre la semplice produzione, influenzando positivamente anche le comunità e gli ecosistemi coinvolti. La trasparenza nella catena del valore è fondamentale per costruire fiducia con i consumatori. Inoltre, investire nelle persone, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione, promuove un ambiente di lavoro positivo e aumenta l'innovazione, contribuendo a una crescita sostenibile a lungo termine.

A tal riguardo, il 2023 è stato per noi un anno di miglioramento sotto diversi aspetti.

### PRODOTTO (PRODUCT)

Nella selezione delle materie prime abbiamo cercato, come sempre, di privilegiare i piccoli produttori che contraddistinguono il contesto economico della nocciola Piemonte IGP, mentre per il cacao abbiamo iniziato a considerare il rispetto dei principi di sostenibilità quale fattore imprescindibile nella selezione dei nostri fornitori.

### PIANETA (PLANET)

Continuiamo a puntare alla riduzione del nostro impatto ambientale, promuovendo nei nostri stabilimenti l'utilizzo di energia rinnovabile. Nel processo di produzione, abbiamo cercato di minimizzare gli sprechi e la produzione di inquinamento in ogni fase, dalla movimentazione delle materie prime verso gli stabilimenti fino all'invio del prodotto finito nei nostri store.

Stessa attenzione è stata posta nello sviluppo del packaging, cercando di incrementare l'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili senza mai sacrificare l'estetica dei nostri packaging che da sempre arricchiscono con il loro stile Made in Italy la bellezza dei nostri store.

### PERSONE (PEOPLE)

Durante l'anno, grande importanza è stata data al tema del benessere dei nostri dipendenti, incentivando iniziative finalizzate alla creazione di un contesto lavorativo sano, sicuro e inclusivo. In continuità con il 2022, anche nel 2023 abbiamo investito in attività di formazione e sviluppo del personale, dando la possibilità a chi entra in Venchi di partecipare a percorsi formativi finalizzati all'arricchimento del proprio bagaglio professionale. Soprattutto in ambito retail, grazie alla nostra "Retail Academy", l'attività di formazione ha consentito di far acquisire ai nostri dipendenti tutte le competenze necessarie per poter passare un giorno dall'essere addetto alla vendita a store manager dei nostri negozi.

Siamo ben consapevoli che il nostro impatto sulla società vada ben oltre le mura dei nostri stabilimenti. Nel 2023 abbiamo partecipato a progetti di sostegno per la lotta contro il cancro con l'associazione AIRC. Inoltre, ci siamo impegnati a collaborare con le comunità locali, supportando progetti sociali a sostegno dei rappresentanti più deboli della società, supportando Onlus che si dedicano alla raccolta di cibo a favore delle persone in difficoltà e promuovono la solidarietà: un esempio è dato dalla nostra adesione alle iniziative di "Pane al Pane".

L'esercizio 2023 si chiude, a livello consolidato, con un valore della produzione di 208 milioni di euro (+24% rispetto al 2022) e un utile netto di circa 20 milioni di euro. Questo risultato, inarrivabile senza il vostro supporto, conferma la nostra crescita nel tempo e rafforza la nostra determinazione nello spingerci sempre oltre, puntando a dare un valido contributo nella costruzione di un futuro migliore per tutti.

Il presente Bilancio di Sostenibilità, redatto in forma volontaria, vedrà il susseguirsi di ulteriori edizioni nei prossimi anni, dandovi la possibilità di essere informati sulle iniziative e i progressi che otterremo nel tempo.

Vi ringraziamo per il continuo sostegno e la fiducia che riponete in noi. Siamo e continueremo ad essere entusiasti di continuare con voi questo viaggio verso la sostenibilità.

Cordiali saluti,

**Daniele Ferrero**  
Presidente e Amministratore Delegato



# 1.2 PRESENTAZIONE DEL PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO VENCHI

Il Gruppo Venchi è lieto di presentare il Bilancio di Sostenibilità 2023, pubblicato quest'anno per la prima volta al fine di rendicontare ai vari stakeholder di riferimento le novità, i progetti e i risultati conseguiti nel corso del 2023 in relazione alle performance economiche, sociali e ambientali. Le informazioni di carattere non finanziario del presente documento sono redatte in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standard"), secondo l'opzione "with reference to the GRI Standards".

Di seguito gli argomenti trattati nei capitoli:

## 02 IL GRUPPO VENCHI

Tratta la storia di Venchi, dalla fondazione alla storia attuale, il modello di business e il modello di governance;

## 03 LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO VENCHI

Esponde il processo di analisi di materialità che ha condotto all'individuazione dei temi rilevanti in ambito ESG dal punto di vista degli stakeholder interni ed esterni e presenta il primo Piano di sostenibilità nel quale vengono raccolti i principali obiettivi in ambito ESG;

## 04 I NOSTRI PRODOTTI

Tratta i temi relativi alla qualità dei prodotti, alla sicurezza dei consumatori e all'approccio al marketing responsabile;

## 05 IL VALORE DELLE PERSONE

Tratta le iniziative a supporto dei dipendenti di Venchi dal punto di vista del benessere, della formazione, della salute e sicurezza e della promozione delle pari opportunità;

## 06 LA FILIERA RESPONSABILE

Tratta i processi di gestione e la tutela dei diritti umani lungo la value chain;

## 07 IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Esponde gli impatti ambientali del Gruppo e le relative pratiche sostenibili adottate;

## 08 APPENDICE

Comprende una nota metodologica finalizzata ad esporre le modalità, il perimetro e il periodo considerato nella rendicontazione, e l'indice dei GRI contenuti e rendicontati nelle pagine del documento.

GRI 3-3  
GRI 2-7  
GRI 2-30  
GRI 401-1  
GRI 401-2  
GRI 401-3

Questo Bilancio rappresenta lo strumento attraverso il quale miriamo a rendicontare l'impegno assunto dal Gruppo Venchi nel perseguimento dei Sustainable Development Goals (SDGs) definiti dalle Nazioni Unite, in particolare negli obiettivi prioritari riconducibili alle iniziative strategiche identificate all'interno del primo Piano di Sostenibilità. Inoltre, con questo primo Bilancio di Sostenibilità, Venchi pone il suo primo passo che condurrà verso una rendicontazione non finanziaria secondo le direttive della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).





# IL GRUPPO VENCHI

## 2.1 LA STORIA

La storia di Venchi inizia in Piemonte nella seconda metà dell'800 grazie alla passione per il cioccolato di Silvano Venchi, arrivato a Torino nel 1863 a soli 14 anni per apprendere l'arte del "confetturiere". In quel periodo la capitale sabauda è in gran fermento e l'epoca pionieristica dell'industria dolciaria prende sempre più il sopravvento. In Borgo Vanchiglia, sulla via degli Artisti a pochi passi dal fiume Po, nasce nel 1878 il primo laboratorio di Venchi.

GRI 2-1

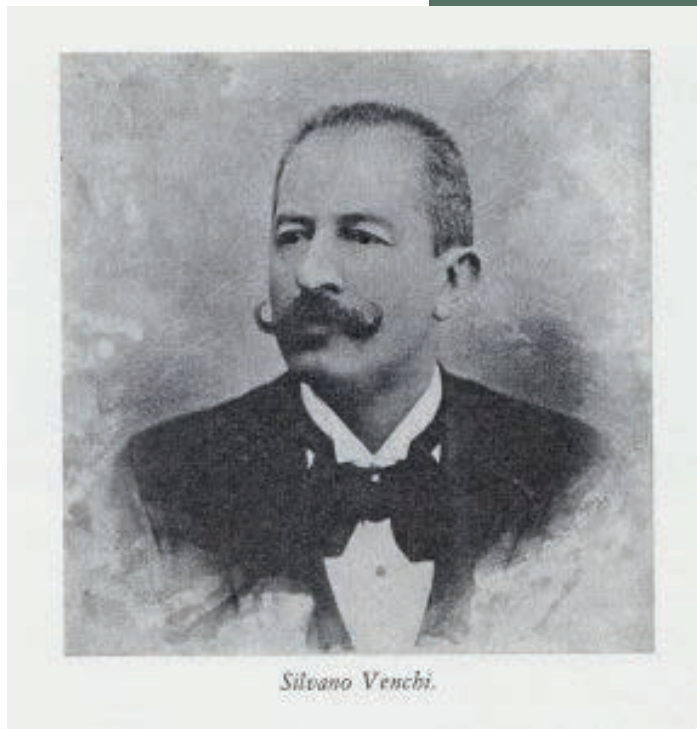
Nell'anno della sua fondazione, Venchi lancia all'interno del suo laboratorio artigianale il primo prodotto, il Gianduiotto, composto per il 32% da nocciole Piemonte IGP. In breve tempo la pasticceria di Silvano Venchi diventa una delle più rinomate della città, apprezzata soprattutto per la qualità e l'impareggiabile presentazione dei prodotti all'interno del negozio, reso una vera e propria "boutique del cioccolato".



Nel 1905 viene costituita la Società Anonima per Azioni "S. Venchi & C", con un capitale sociale di 1 milione e 300 mila lire (corrispondenti oggi a oltre 5 milioni di euro). Due anni dopo, attraverso un progetto dell'ingegnere Pietro Fenoglio, viene costruito a Torino il primo stabilimento Venchi, il quale occupa un intero isolato in corso Regina Margherita.

Il 21 febbraio 1909 Silvano Venchi viene nominato Cavaliere del Lavoro, a riconoscimento della sua capacità di diventare nel giro di 35 anni proprietario di uno stabilimento per la fabbricazione dei confetti con oltre 200 operai, affermandosi in breve tempo come uno dei migliori della città nell'arte dolciaria.

33 anni dopo, Venchi si fonde con UNICA (Unione Nazionale Cioccolato e Affini) per dare vita a Venchi-Unica. Ma è nel 1960 e fino al 1978 che grazie alla nascita di Venchi-Unica-Talmone, avvenuta tramite la fusione di Venchi-Unica e Talmone, l'Azienda conosce un periodo di massima espansione in tutta Italia con la creazione di oltre 300 punti vendita di dolci, cioccolato e bomboniere e una forza lavoro che raggiunge i 5.000 dipendenti. Proprio nel 1978 Venchi-Unica subisce un declino, con il conseguente licenziamento di oltre 1.500 dipendenti e la trasformazione dell'Azienda in una piccola realtà locale.





Nel corso del 2000 un gruppo di giovani imprenditori rileva un'altra storica fabbrica di cioccolato piemontese, la Cuba (Cussino Biscotti e Affini), specializzata tra l'altro nella produzione dei Cuneesi al rhum (praline ripiene di crema rhum, colata in un guscio di cioccolato fondente), e cambia il nome della società in Cuba Venchi, per poi trasformarsi in Venchi nel gennaio 2003, pur mantenendo una linea di prodotti Cuba per continuare la tradizione avviata da Cussino. Nel 2005 viene inaugurato a Castelletto Stura, a pochi chilometri da Cuneo, l'impianto industriale di 13 mila mq che ancora oggi dà lavoro a oltre 170 dipendenti, in gran parte donne. Il 2007 segna l'anno di nascita delle prime Cioccogelaterie Venchi, attraverso l'acquisizione della startup Camelot S.r.l. dalla quale viene sfruttato il know-how per un innovativo metodo di produzione del gelato. Nel 2018 Venchi ha festeggiato il suo 140° anniversario raggiungendo oltre 100 negozi in tutto il mondo.

Oggi Venchi S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano operante nella produzione di cioccolato e gelato con sede legale in via Vincenzo Monti 8 (Milano) e sede amministrativa e sito produttivo in via Venchi 1, Castelletto Stura (Cuneo).

GRI 3-3  
GRI 2-7  
GRI 2-30  
GRI 401-1  
GRI 401-2  
GRI 401-3



Copriamo i mercati Emea, America ed Apac, anche attraverso le società del Gruppo site in Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Cina, Hong Kong, Taiwan, Macao, Singapore, Australia e Malaysia.

**1878**  
Silviano Venchi fonda l'azienda e lancia GIANDUIOTTO VENCHI



**1905**  
Riconoscimento nazionale e lancio NOUGATINE

**1929**  
Lancio CUBA RHUM



**1960**  
Lancio CREMA SPALMABILE



**1878/1970**  
Venchi, con 300 punti vendita e 500 dipendenti in Italia, raggiunge MASSIMA RICONOSCIBILITÀ NEL MERCATO DEL CIOCCOLATO

**1997**  
RINASCITA grazie a tre giovani IMPRENDITORI

**2020**  
Venchi raggiunge un'estesa riconoscibilità INTERNAZIONALE: 350 ricette di cioccolato 90 gusti gelato 70 paesi 1000 dipendenti 135 negozi in tutto il mondo



**2018**  
Celebrazione del suo 140esimo ANNIVERSARIO superando i 100 negozi nel mondo

**2007**  
Lancio dell'iconico CHOCOVIAR



**2000**  
Aprire il PRIMO NEGOZIO VENCHI

**2006**  
Nascita del GELATO VENCHI e lancio della prima CIOCCOGELATERIA



## MILESTONES

La storia di Venchi

## 2.2 I NOSTRI VALORI

Attraverso il nostro spirito italiano offriamo prodotti di altissima qualità, pensati per creare momenti di gioia. Allo stesso tempo ci impegniamo ad essere sostenibili sia nella supply chain che nella filiera produttiva.

I nostri valori sono sintetizzabili nei seguenti termini:

GRI 3-3  
GRI 2-7  
GRI 2-30  
GRI 401-1  
GRI 401-2  
GRI 401-3



VERISSIMO

Siamo Piemontesi e l'arte del cioccolato è parte del nostro DNA. Il nostro know-how e il nostro spirito sono sempre gli stessi dal 1878.

Lo stile italiano è insito nei nostri prodotti. Per questo, tra gli ingredienti non dimentichiamo mai la generosità, l'arte, l'imprevedibilità, la famiglia, l'amicizia, l'esuberanza, il calore e tutto quello che rende l'Italia così italiana.



ALL'EGRISSIMO



BUONISSIMO

Ingredienti e ricette genuine, ispirate alla dieta Mediterranea. Ci piacciono le cose buone che fanno sentire bene. Tutte le ricette del nostro cioccolato si basano sulla regola del "Buono Buonissimo" (100% ingredienti naturali, meno zuccheri, nessun componente artificiale), sono senza glutine e senza olio di palma. Inoltre, le ricette vegan friendly sono sempre maggiori.





ABBIAMO  
UNA MISSION:  
VOGLIAMO  
DIVENTARE  
IL PIÙ  
IMPORTANTE  
MARCHIO  
PREMIUM  
DI CIOCCOLATO  
E GELATO  
AL MONDO.



## 2.3 IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS: LA PRESENZA MULTICANALE

Siamo una società industriale operante nel settore alimentare avente un fatturato globale al 2023 pari a 204 milioni di euro, il 60% del quale risulta essere prodotto a livello internazionale. La commercializzazione dei nostri prodotti avviene tramite una strategia multicanale suddivisa in rete retail, (rappresentante il 77% del fatturato), wholesale, digital e corporate gifting.

### RETAIL

I clienti che accedono alle nostre Cioccolaterie vivono un'esperienza unica. Qui possono provare l'autentico gelato italiano prodotto fresco ogni giorno nei nostri laboratori, concedersi una pausa golosa con la cioccolata calda, una crêpes o un frullato, trovare il regalo perfetto per ogni occasione o scoprire le ultime novità sul nostro cioccolato.

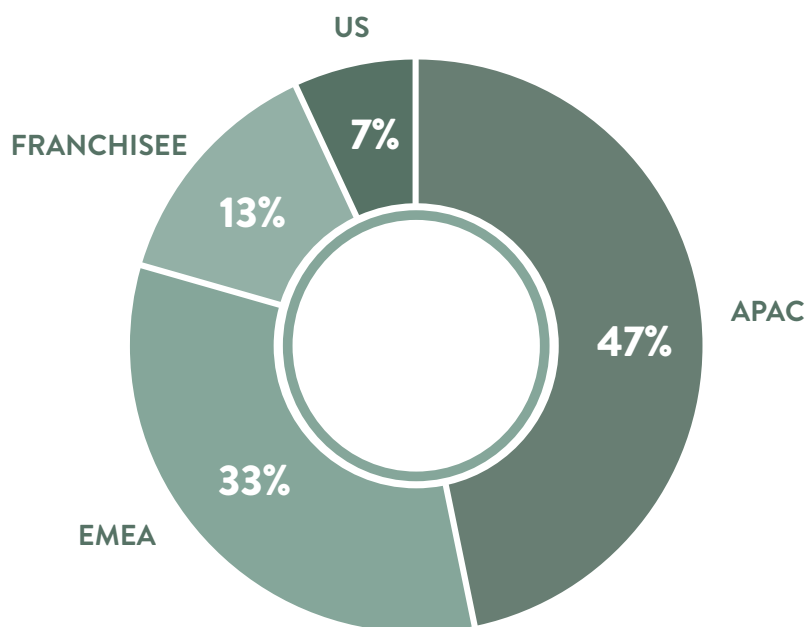
A livello di Gruppo, contiamo sulla presenza di 171 store attivi in tutto il mondo di cui la maggior parte presente in Asia.



Store\_SHANGHAI\_XINTIANDI



Store\_EUROMA



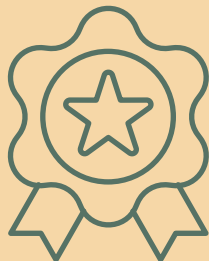
All'interno dei nostri store, i prodotti maggiormente venduti nel 2023 sono stati principalmente il cioccolato (52% sul fatturato totale al dettaglio), il gelato (46% sul fatturato totale al dettaglio) e il food & beverage (2% sul fatturato totale al dettaglio).

Ci siamo aperti anche a nuove modalità di vendita attraverso i "Pop Up shop", o "Temporary Store", punti vendita di concezione relativamente recente attraverso i quali vendiamo i nostri prodotti per un periodo di tempo definito.



## BEST PERFORMING STORE

Nel 2023, è stata stilata una classifica che identifica la top ten degli store più performanti. Nell'insieme, tali punti vendita producono in media un fatturato pari a 2.6 Mln di Euro e rappresentano il 13% del fatturato totale di gruppo.



NEGOZIO	CITTÀ	PAESE
Via del Corso	Roma	Italia
Via dei Calzaiuoli	Firenze	Italia
Nanjing Mall Deji Plaza	Nanchino	Cina
Xintiandi	Shanghai	Cina
Via Calimaruzza	Firenze	Italia
Fiumicino avancorpo	Roma	Italia
Columbus Circle	New York	USA
Marina Bay sand	Singapore	Singapore
Broadway	New York	USA
Beijing Mall Taikoo Lee Sanlitun	Pechino	Cina

Ogni elemento presente nei nostri store è finalizzato a garantire una soddisfacente customer experience:

- Il display di coni colorati presente nei nostri store è una combinazione di artigianalità ed eleganza italiana;
- Un'esperienza su misura: consentiamo ai nostri clienti di poter personalizzare le confezioni regalo con i loro prodotti preferiti;
- "My Venchi Mix": i nostri clienti possono scegliere e mixare i nostri cioccolatini, potendo scegliere tra più di 50 articoli diversi;
- Il "Chocolate wall": formiamo con le nostre tavolette di cioccolato una vera e propria parete finalizzata ad esporre tutte le nostre ricette; l'attrattiva estetica di questa presentazione ci ha consentito di migliorare la vendita delle nostre tavolette, garantendo una crescita stabile in tutte le stagioni;
- Il gelato gourmet: il "Cono Gourmet", personalizzabile con granelle di cioccolato spalmabili a scelta, fonde il nostro cioccolato ed il nostro gelato in un'unica esperienza di degustazione;
- La fontana di cioccolato: una crema al cioccolato con un'alta percentuale di nocciole del Piemonte, cacao e olio d'oliva. La nostra crema al cioccolato può essere gustata con il nostro gelato gourmet oppure con le nostre crepes.
- La vetrina delle praline: una vetrina progettata per esaltare la bellezza e la qualità delle nostre praline





VETRINA DELLE PRALINE



MY VENCHI MIX



GELATO GOURMET



CHOCOLATE WALL



DISPLAY CONI



FONTANA DI CIOCCOLATO



## COMMERCIO ALL'INGROSSO

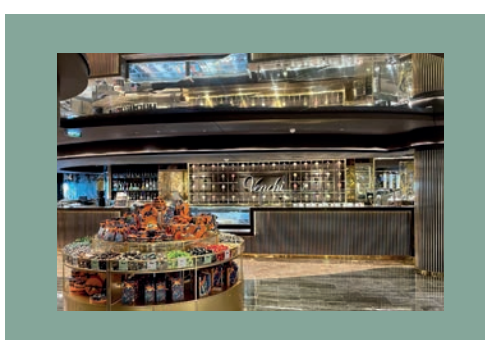
Oltre alla vendita al dettaglio, vendiamo i nostri prodotti anche nel mercato all'ingrosso. In Italia Venchi è presente su tutto il territorio attraverso una fitta rete di negozi specializzati, pasticcerie, bar ed altri esercizi commerciali.

Il canale all'ingrosso di Venchi all'estero è una delle principali fonti di crescita e di diffusione del marchio nel mondo. Venchi collabora con partner selezionati in diversi Paesi che includono sia i punti vendita monomarca che i corner nei grandi magazzini, nei duty free e nei negozi specializzati: Venchi è presente in più di 15 iconici centri commerciali globali, come Harrods, La Rinascente, Eataly, Kadewe, El Corte Ingles, Selfridges, Neiman Marcus e John Lewis, totalizzando la nostra presenza in più di 8.000 centri commerciali nel mondo.

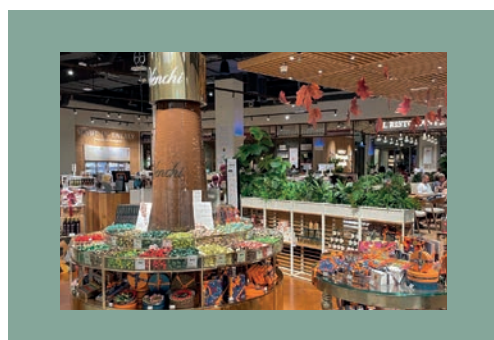
Inoltre, siamo presenti in oltre 20 travel retailer, quali Dufry, Lagardère, Bahrein Duty Free, Qatar Duty Free, MSC, Hainan Duty Free e Hong Kong DFS Plaza.



Store\_DUBAI\_MALL



Store\_MSC\_SEASCAPE



Store\_EATALY\_DUBAI



Store\_BAHREIN

## DIGITAL

Il fatturato digitale globale rappresenta il 5% del fatturato netto dell'Azienda. Siamo presenti nei paesi più importanti attraverso e-commerce, marketplaces online e e-retailers.

## CORPORATE GIFTING

In ambito corporate, ci siamo aperti alla fornitura di regalistiche aziendali. Le aziende che acquistano i nostri prodotti per donarli a dipendenti o clienti optano per una strategia efficace volta alla fidelizzazione dei destinatari: il corporate gifting è di per sé un gesto che crea un legame duraturo con il beneficiario, il quale vede in tale donazione un'espressione di gratitudine, apprezzamento e valore nei suoi confronti. Le aziende che scelgono i nostri prodotti per effettuare la donazione hanno a disposizione un'ampia scelta di idee regalo per tutte le occasioni dove protagonista è sempre il cioccolato Venchi in tutte le sue varietà.

## 2.4 GOVERNANCE ETICA E TRASPARENTE

Adottiamo principi di trasparenza, integrità e onestà stabilendo politiche in materia di anticorruzione, antitrust, whistleblowing e fiscalità, predisponendo adeguati presidi di controllo interno e garantendo la compliance con la normativa vigente e futura.



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Aumento del perimetro di rendicontazione del Bilancio di sostenibilità entro il 2025
- Incremento del livello di indipendenza nel Board entro il 2025
- Aggiornamento del Codice Etico entro il 2023
- Realizzazione di corsi di formazione in ambito anticorruzione (Modello 231) entro il 2024
- Creazione di una procedura di whistleblowing entro il 2023

GRI 3-3  
GRI 2-9  
GRI 2-10  
GRI 2-11  
GRI 2-12  
GRI 2-13  
GRI 2-22  
GRI 2-23  
GRI 2-27  
GRI 205-2  
GRI 205-3  
GRI 206-1

### COMPOSIZIONE DEL GOVERNO SOCIETARIO VENCHI S.P.A.

La struttura del governo segue un modello di tipo tradizionale, composto dal Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale.

#### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN CARICA AL 31.12.2023

NOME	CARICA
DANIELE FERRERO	Presidente consiglio di Amministrazione
GIOVANNI BATTISTA MANTELLI	Consigliere delegato
CECILE MARIE SYLVIE DE VERDELHAN DES MOLLES	Consigliere delegato
NIKKO SRL	Consigliere delegato
PIETRO BOROLI	Consigliere
MARCELLO COMOLI	Consigliere
LUCA SEBASTIANO BAFFIGO FILANGERI	Consigliere
ANTHONY GROSSI	Consigliere
TOMMASO PAOLI	Consigliere

#### SINDACI E ORGANI DI CONTROLLO IN CARICA AL 31.12.23

NOME	CARICA
FRANCESCO BAVAGNOLI	Presidente collegio sindacale
GIOVANNI QUAGLIA	Sindaco
ANTONELLA BERETTA	Sindaco
GIUSTO LA MASA	Sindaco supplente
GIULIA BARLETTA	Sindaco supplente

#### SOCIETÀ DI REVISIONE ERNST & YOUNG SPA

ERNST & YOUNG SPA

#### ORGANISMO DI VIGILANZA IN CARICA AL 31.12.23

NOME	CARICA
LORENZO LEONE	Membro OdV

Funzione principale del Consiglio di Amministrazione è quello di garantire un indirizzo strategico all'Azienda e di orientamento verso la propria mission. Gli amministratori di Venchi S.p.A. vengono nominati dall'assemblea secondo le norme del diritto italiano e il loro mandato è di durata triennale.

Vista l'importanza dei temi di sostenibilità nel 2023 è stato istituito un comitato ESG responsabile della supervisione e dell'orientamento delle strategie e delle pratiche ESG. Il comitato è composto da personale interno a Venchi, viene convocato trimestralmente e lavora per garantire che le questioni ESG siano integrate nella strategia aziendale complessiva. La creazione di un Comitato ESG dimostra un impegno formale da parte di Venchi verso la sostenibilità e la responsabilità sociale.

Inoltre, nel 2023, è stata creata una procedura di whistleblowing sia all'interno che all'esterno dei luoghi di lavoro con lo scopo di garantire ai soggetti direttamente o indirettamente legati a Venchi di segnalare comportamenti illeciti, commissivi o omissivi che possano costituire una violazione o un'induzione a violazioni di principi e valori sanciti dal Gruppo. Venchi non ha accesso ai dati o alle informazioni e/o illeciti segnalati rendendo così il canale del whistleblowing assolutamente indipendente e garantendo pienamente l'anonimato degli utenti.

## APPROCCIO ETICO ALLA GOVERNANCE

La strategia di sviluppo sostenibile per i prossimi anni verterà su tre pilastri principali:

- **PRODUCT:** preparazione artigianale dei prodotti, volti a soddisfare e deliziare il consumatore finale e fatti con ingredienti genuini e sostenibili; etichette sempre più chiare, libere da additivi chimici e/o artificiali, continua ricerca nello sviluppo di prodotti a basso contenuto di zuccheri, grassi di origine animale e prodotti sempre più vegan
- **PEOPLE:** crescita dei nostri dipendenti spingendo sulla loro creatività e sviluppo personale, focus su una governance trasparente, responsabile ed etica, attivazione di progetti sociali;
- **PLANET health:** ottimizzazione del consumo di risorse alimentari e promozione di un programma di riciclo che permetta la generazione di scarto/rifiuto alimentare pari allo zero; aumento degli investimenti in soluzioni volte a ridurre i consumi energetici; misurazione della carbon footprint per tutte le società e definizione di iniziative per ridurre le emissioni.



Volendo perseguire la realizzazione di un sistema di governance che garantisca una condotta di impresa responsabile, nel corso del 2023 è stato revisionato e redatto un nuovo Codice Etico. A partire dal 2024 il documento verrà sottoposto alla firma di fornitori e alla vista di dipendenti e clienti nell'ambito delle operazioni che effettueremo con gli stessi.

Siamo molto attenti all'osservanza delle disposizioni legislative e regolamentari. Non a caso, nel triennio non si sono verificati casi significativi in materia di responsabilità di impresa che abbiano portato al pagamento di pene pecuniarie o incorrere in sanzioni non pecuniarie.

L'adesione ad associazioni, invece, consente alla nostra Azienda e ai dipendenti di poter usufruire dei servizi resi dalle stesse, come seminari formativi e informativi, e realizzare collaborazioni e confronti necessari e strumentali allo svolgimento delle nostre attività.



Al 2023 siamo parte delle seguenti associazioni:

**FOOD**



**PERSONALE**



**FISCALE  
E AMMINISTRATIVO**



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

CUNEO - CARRÙ - CEVA - MONDOVÌ - SALUZZO



**CONFINDUSTRIA CUNEO**

Unione Industriale della Provincia

All'interno della struttura del C.d.A. la figura del presidente del massimo organo di governo coincide con quella dell'Amministratore Delegato: per quanto la coincidenza delle due figure possa comportare l'incorrere a possibili conflitti di interesse, tale rischio viene prevenuto e mitigato attraverso il Modello 231.

**MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE, CONTROLLO E  
DISCIPLINA (D.LGS. 231/01)**

Si evidenzia che la Società, ai sensi del D.Lgs. 231/01, ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ed un Codice Etico, ed ha provveduto alla nomina di un Organismo di Vigilanza, in forma monocratica. Nel corso del 2023 è stata altresì approvata una versione aggiornata del Codice Etico della Società. Il Codice Etico raccoglie i principi etici ed i valori che informano la cultura aziendale di Venchi e che devono ispirare le condotte e i comportamenti di coloro che operano nell'interesse di Venchi sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione aziendale.

L'attività di controllo dell'applicazione del Modello è stata svolta dall'Organismo di Vigilanza mediante l'espletamento di una serie di audit nelle aree di maggiore rischio, così come individuate dal Modello, sulla base delle linee di pianificazione delle attività previste per l'anno 2023. È previsto che le attività di audit proseguano anche nel corso del 2024 in un'ottica di continuità e coerenza del lavoro svolto con quello dell'anno precedente. L'Organismo di Vigilanza, nella propria relazione annuale, ha confermato che il modello ed i relativi protocolli sino ad oggi applicati risultano sostanzialmente osservati ed applicati dai vari soggetti destinatari e sono risultati, pertanto, sostanzialmente adeguati a contrastare i reati per i quali sono stati istituiti. L'Organismo di Vigilanza non ha riscontrato, nel periodo esaminato, violazioni circa l'applicazione del modello organizzativo.

Seguiamo un approccio di business basato sulla trasparenza e garantiamo la nostra conformità alle pratiche anticorruptive.

La trasparenza trova conferma soprattutto nella possibilità data ai nostri manager di accedere allo stesso set di informazioni al quale accedono tutti gli azionisti, oltre alla possibilità di partecipare al rischio imprenditoriale investendo in azioni di tipo B, aumentando così il livello di coinvolgimento degli stessi.

#### AZIONI DI TIPO B

Azioni che riconoscono gli stessi diritti patrimoniali dei soci con azioni di tipo A (dividendi, partecipazioni agli utili) ma che non danno diritto di voto e partecipazione alle assemblee e hanno dei vincoli e regole diverse per la circolazione (trasferimenti, vendita, cessione..)

La presenza all'interno dell'organizzazione di un organismo di vigilanza, invece, garantisce una prevenzione degli episodi di corruzione. Inoltre, in occasione della partecipazione a bandi pubblici, come ad esempio progetti con finanziamenti europei e PNRR, presentiamo regolarmente tutti i moduli antimafia necessari e aggiornati.

Inoltre, così come evidenziato all'interno della seguente tabella, alla totalità degli organi di governo sono state comunicate politiche e procedure in materia di anticorruzione.

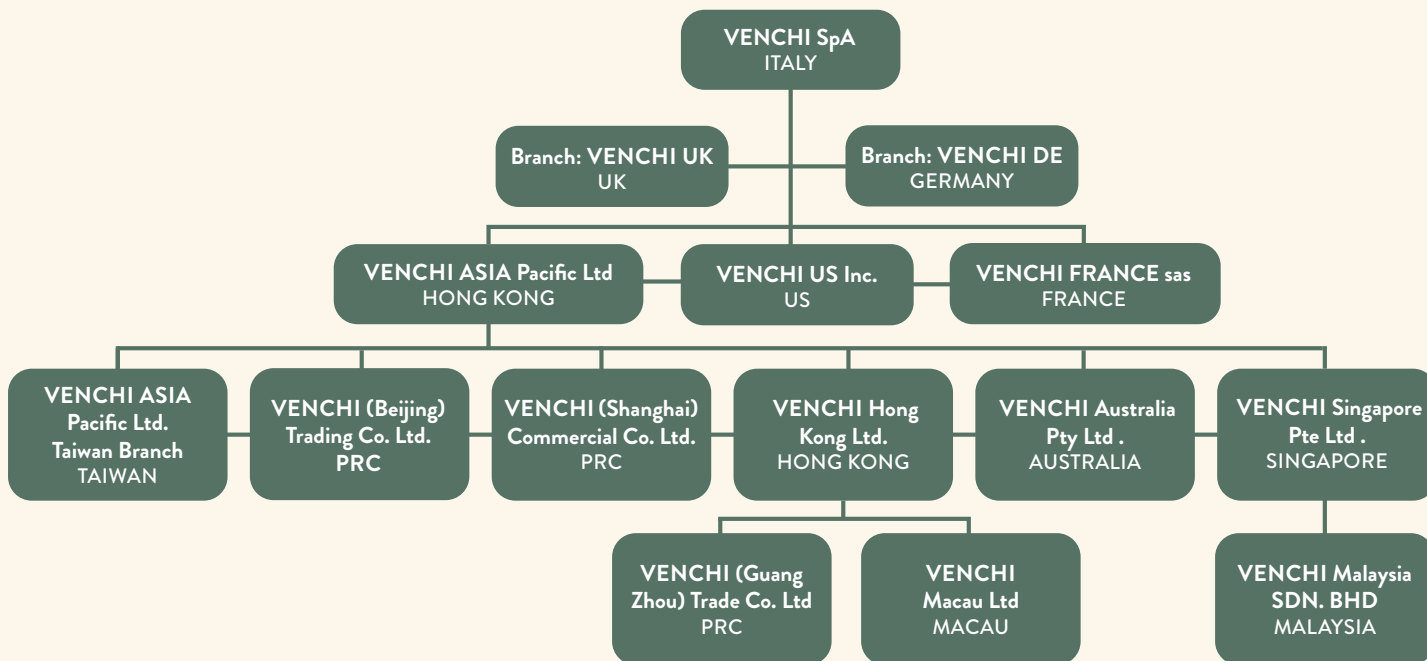
ORGANI DI GOVERNO		2021	2022	2023
Membri dell'organo di governo	N°	9	9	9
Numero totale di membri dell'organo di governo a cui sono state comunicate le politiche e le procedure in materia di anticorruzione		9	9	9
Percentuale di membri dell'organo di governo a cui sono state comunicate le politiche e le procedure in materia di anticorruzione	%	100	100	100

A conferma della nostra attenzione alla lotta alla corruzione, possiamo affermare che nel corso del triennio non si è verificato nessun episodio di corruzione accertato e, di conseguenza, non si sono registrati licenziamenti di dipendenti o risoluzioni contrattuali con i partner per motivi di violazione legata alla corruzione che abbiano implicato un provvedimento.

Infine, possiamo orgogliosamente affermare che nel corso del triennio non siamo stati coinvolti in azioni legali motivate dalla nostra partecipazione ad eventuali comportamenti anticompetitivi o che violano leggi antitrust.

## STRUTTURA DEL GRUPPO E COMPOSIZIONE DEL BOARD

Venchi è un gruppo societario costituito da Venchi S.p.A. e da società da essa partecipate. Il Gruppo si compone di 11 società controllate il cui pacchetto azionario è suddiviso tra Venchi S.p.A. e altri shareholder. La composizione dell'azionariato del Gruppo Venchi è rappresentata come segue:



SOCIETA	SEDE	% POSSESSO TERZI	ALTRI SHAREHOLDER
Venchi France Sas	Francia	10,00%	Altre persone fisiche
Venchi US Inc	USA	36,20%	Simest
Venchi Asia Pacific Limited	Hong Kong	0,00%	
Venchi GC Taiwan branch	Taiwan	0,00%	
Venchi (Beijing) Trading Co. Ltd	Cina	0,00%	
Venchi (Shanghai) Commercial Co. Ltd	Cina	0,00%	
Venchi HK Ltd	Hong Kong	0,00%	
Venchi (Guang Zhou) Trade Co. Ltd	Cina	0,00%	
Venchi Macau Limited	Macao	0,00%	
Venchi (Singapore) PTE	Singapore	49,00%	Bluebell Group
Venchi Malaysia SDN. BHD	Malesia	49,00%	Bluebell Group
Venchi Australia Pty Ltd	Australia	49,00%	Bluebell Group



Di seguito riportiamo la composizione del C.d.A. di ogni società appartenente al Gruppo, distinta per area geografica:

## EMEA

### VENCHI SPA

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
DANIELE FERRERO	M	Presidente	fino ad approvazione bilancio 2024
GIOVANNI BATTISTA MANTELLI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
CECILE MARIE SYLVIE DE VERDELHAN DES MOLLES	F	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
NIKKO SRL	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
PIETRO BOROLI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
MARCELLO COMOLI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
LUCA SEBASTIANO BAFFIGO FILANGERI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
ANTHONY GROSSI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024
TOMMASO PAOLI	M	Consigliere	fino ad approvazione bilancio 2024

### VENCHI FRANCE SAS

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
NICCOLO' CANGIOLI	M	Consigliere	31/12/2028
LUDOVICO MAZZA	M	Presidente	31/12/2028
CECILE MARIE SYLVIE DE VERDELHAN DES MOLLES	F	Consigliere	31/12/2028

## USA

### VENCHI US INC

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
NICCOLO' CANGIOLI	M	Director	Tempo indeterminato
DANIELE FERRERO	M	President	Tempo indeterminato
MATTIA PARUZZA	M	Director	Tempo indeterminato

**APAC****VENCHI ASIA PACIFIC LIMITED**

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
MARCO GALIMBERTI	M	President	Tempo indeterminato
MATTIA PARUZZA	M	Director	Tempo indeterminato
KA WING LEUNG	F	Director	Tempo indeterminato
DANIELE FERRERO	M	Director	Tempo indeterminato
BRENDA SHUM KAPO	F	Director	Tempo indeterminato

**VENCHI HK LTD**

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
DANIELE FERRERO	M	Director	Tempo indeterminato
MARCO GALIMBERTI	M	President	Tempo indeterminato
MATTIA PARUZZA	M	Director	Tempo indeterminato
KA WING LEUNG	F	Director	Tempo indeterminato
WONG SOK MAN	F	Director	Tempo indeterminato

**VENCHI SINGAPORE LTD**

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
ASHLEY JAMES MICKLEWRIGHT	M	Director	Tempo indeterminato
NELLY NGADIMAN	F	Director	Tempo indeterminato
MICHEL ADRIEN GOEMANS	M	Director	Tempo indeterminato
MARCO GALIMBERTI	M	President	Tempo indeterminato
DANIELE FERRERO	M	Director	Tempo indeterminato
CHUN CHUN CHANG	F	Director	Tempo indeterminato

**VENCHI AUSTRALIA PTY LTD**

NOME	GENERE	RUOLO	MANDATO
GERALDINE DIELENBERG	F	Director	Tempo indeterminato
ASHLEY JAMES MICKLEWRIGHT	M	Director	Tempo indeterminato
CHUN CHUN CHANG	F	Director	Tempo indeterminato
KA WING LEUNG	F	Director	Tempo indeterminato
MARCO GALIMBERTI	M	President	Tempo indeterminato
NELLY NGADIMAN	F	Director	Tempo indeterminato

Nelle società cinesi non è previsto un consiglio di amministrazione ma è presente un amministratore unico nella figura di Marco Galimberti.



# LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO VENCHI

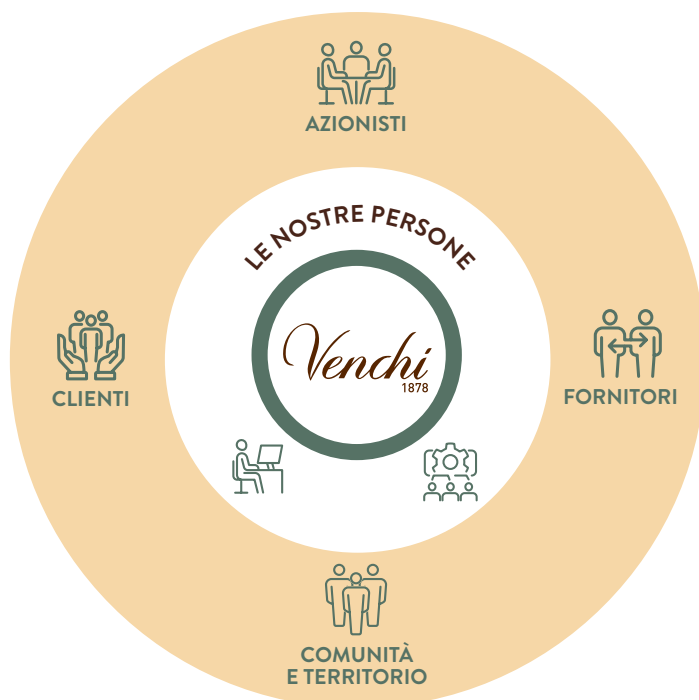


## 3.1 ANALISI DI MATERIALITÀ

Con il presente Bilancio di Sostenibilità, ci stiamo impegnando a misurare e rendicontare le tematiche non finanziarie legate direttamente o indirettamente allo svolgimento delle nostre attività. Nel processo di rendicontazione di tali tematiche, essenziale risulta essere il confronto con i nostri stakeholder, fondamentale per comprendere la loro opinione, i loro bisogni e sviluppare strategie che tengano conto delle loro aspettative. La costante attività di stakeholder engagement ci consente di capire in che direzione stiamo andando, e se il percorso da noi intrapreso risulti essere in armonia con i loro interessi.

Le principali categorie di stakeholder coinvolte nel processo di confronto possono essere categorizzate in due principali tipologie: gli stakeholder interni, ossia le persone di Venchi, tutti i soggetti che con il loro operato contribuiscono quotidianamente alla crescita dell'Azienda (top management, retailer e produttori), e gli stakeholder esterni, ossia tutti i soggetti che condizionano o sono condizionati dall'operato della nostra Azienda.

GRI 3-1  
GRI 3-2  
GRI 3-3



In accordo con le previsioni dei GRI Standards, utilizzati per la rendicontazione del presente Bilancio, il processo di coinvolgimento degli stakeholder è risultato essere un passaggio imprescindibile nel processo di materialità che ci ha condotti all'individuazione dei temi materiali



### IDENTIFICAZIONE

Identificazione degli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali che l'impresa genera o potrebbe generare nello svolgimento delle proprie attività.



### VALUTAZIONE

Coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni al fine di valutare la significatività degli impatti emersi, tenendo conto dell'influenza di questi su economia, ambiente e persone.



### PRIORITIZZAZIONE

Raccolta dei risultati e prioritizzazione dei temi sulla base dei valori ottenuti e definizione di una soglia di materialità

In linea con le richieste del nuovo GRI Standard 3 “Temi materiali”, successivamente ad un’analisi del contesto esterno nel quale opera Venchi, sono stati identificati gli impatti negativi, positivi, attuali e potenziali su persone e ambiente direttamente connessi alle nostre attività, prodotti e servizi, comprendendo anche le attività a monte e a valle della catena del valore. Successivamente, tali impatti sono stati sottoposti ad un processo di valutazione da parte degli stakeholder, coinvolgendo principalmente le nostre funzioni apicali, alle quali sono stati sottoposti dei questionari finalizzati a valutare la significatività di ogni singolo impatto - intesa come la combinazione tra entità e probabilità associata a ciascuno di essi - tenendo conto dell’influenza che questo può avere su economia, ambiente e persone.

Gli impatti sono stati poi raggruppati in temi, per facilitare l’analisi dei diversi impatti correlati allo stesso tema. Definendo una soglia di materialità, abbiamo poi classificato ciascun tema sulla base della significatività degli impatti ad esso associati.

Il processo così strutturato ci ha consentito di definire i seguenti temi materiali:

**RANKING**

**TEMATICHE MATERIALI**

**SIGNIFICATO**

### **1 RISPETTO PER L’AMBIENTE NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS**

Adottare politiche di gestione efficiente delle risorse energetiche e idriche e di valorizzazione dei materiali di scarto e dei rifiuti, garantendo la riduzione e mitigazione delle emissioni di gas a effetto serra in tutte le attività aziendali e lungo la catena di approvvigionamento.

### **2 GESTIONE RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME E DELLA SUPPLY CHAIN**

Promuovere un approccio responsabile nell’approvvigionamento delle materie prime, adottando principi di tracciabilità, trasparenza e sostenibilità lungo tutta la supply chain e richiedendo ai fornitori il rispetto del corpus normativo aziendale.

### **3 TUTELA DEI DIRITTI UMANI LUNGO LA VALUE CHAIN**

Rispettare e proteggere i diritti umani lungo tutta la catena del valore dell’Azienda, promuovendo e adottando politiche contrarie a tutte le forme di schiavitù, violenza e discriminazione in linea con gli standard di riferimento a livello internazionale e valorizzando gli elementi di diversità (età, genere, orientamento sessuale, disabilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose).

### **4 TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ**

Lavorare a stretto contatto con agricoltori e fornitori per promuovere la protezione degli ecosistemi attraverso la diffusione di pratiche di anti-deforestazione e di agricoltura rigenerativa che vadano a preservare la salute del suolo e tutelino la biodiversità vegetale e animale.

### **5 PRATICHE SOSTENIBILI NELLO SVILUPPO DEL PACKAGING**

Ricerca e sviluppare packaging che garantiscano la riduzione dell’impatto ambientale dell’Azienda, promuovendo la scelta di materiali riciclabili, riutilizzabili e compostabili, al fine di ottenere una diminuzione dell’uso di materiali plastici e del peso dello stesso, pur preservando la qualità del prodotto.

### **6 SVILUPPO DEL TERRITORIO E DELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ**

Consolidare le relazioni con le comunità con cui l’Azienda entra in contatto, attraverso investimenti strategici e fornitura di mezzi di sussistenza che garantiscano la crescita socio-economica del territorio e il miglioramento della qualità di vita delle stesse.

## **7 COMUNICAZIONE E MARKETING RESPONSABILE**

Elaborare campagne pubblicitarie e di marketing segmentate per gruppi di età e audience veicolando corrette informazioni riguardanti i prodotti, in conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione nazionali e internazionali, in modo tale da incoraggiare un consumo responsabile e uno stile di vita sano ed equilibrato.

## **8 INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO NEL SETTORE**

Contribuire alla trasformazione digitale e tecnologica del territorio e del settore alimentare, favorendo l'adozione di nuove tecnologie digitali nell'ambito dei processi aziendali e offrendo prodotti che siano concepiti in maniera innovativa, al fine di rispondere efficacemente ai cambiamenti del contesto esterno e delle esigenze dei consumatori.

## **9 QUALITÀ DEI PRODOTTI E BENESSERE DEI CONSUMATORI**

Adottare politiche e procedure con elevati standard di qualità e sicurezza alimentare, volti ad ottenere prodotti più sicuri e valorizzati da un punto di vista nutrizionale, al fine di promuovere uno stile di vita sano ed una dieta equilibrata.

## **10 SALUTE E SICUREZZA NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS**

Creare un ambiente di lavoro che assicuri e tuteli il diritto alla salute e all'integrità fisica e psicologica dei lavoratori, adottando un approccio di miglioramento continuo dei propri sistemi di salute e sicurezza sul lavoro attraverso l'adesione ai più elevati standard di settore applicabili.

## **11 BENESSERE DEI DIPENDENTI**

Offrire ai dipendenti benefit e soluzioni che aiutino a coniugare la vita lavorativa con quella privata e conducano ad un miglioramento della loro produttività (es. iniziative di lavoro agile, offerta di servizi sanitari, introduzione di politiche a sostegno della genitorialità, ecc.).

## **12 PROMOZIONE DELLO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE E DELLE PARI OPPORTUNITÀ**

Attrarre talenti che condividano gli stessi obiettivi e valori dell'Azienda fidelizzandoli attraverso l'offerta di percorsi di sviluppo che consolidino e accrescano le loro conoscenze e competenze e ricorrendo a processi di valutazione delle performance equi e che garantiscano pari opportunità nello sviluppo della carriera dei singoli.

## **13 GOVERNANCE ETICA E TRASPARENTE**

Adottare principi di trasparenza, integrità e onestà stabilendo politiche in materia di anticorruzione, antitrust, whistleblowing e fiscalità, predisponendo adeguati presidi di controllo interno e garantendo la compliance con la normativa vigente e futura.






## 3.2 PIANO DI SOSTENIBILITÀ

Nel corso dell'anno abbiamo voluto confermare il nostro impegno in materia di sviluppo sostenibile, rispondendo alle sfide globali e dando il nostro contributo nella generazione di valore sostenibile nel medio-lungo termine per tutti gli stakeholder.

A conferma di ciò, il Comitato ESG ha approvato il primo Piano di Sostenibilità del Gruppo, attraverso il quale vengono definite le priorità strategiche per Venchi. In esso sono identificati gli indirizzi strategici di sostenibilità riconducibili alle dimensioni ESG. Ciascun indirizzo ha obiettivi e target specifici collegati alle tematiche materiali per la società che permettono di contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs). La responsabilità del raggiungimento degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità fa capo ai referenti delle funzioni coinvolte.

Il Piano verrà monitorato annualmente al fine di rendicontare circa lo stato di implementazione delle iniziative ed il livello di raggiungimento di obiettivi e target, con la possibilità di fissare nuovi obiettivi in un'ottica di miglioramento continuo, nella consapevolezza che la sostenibilità non rappresenta un punto d'arrivo, ma un processo di miglioramento continuo.

Il Piano di Sostenibilità si articola in 5 indirizzi strategici, 13 obiettivi e 26 target, cui sono ricollegate 31 aree di iniziative operative, di seguito riportate.

 <b>AMBIENTE</b>						
INDIRIZZI STRATEGICI	SDGs	OBIETTIVI	TARGET	INIZIATIVE OPERATIVE DA IMPLEMENTARE	BASELINE	TIMING
Indirizzi sui quali verranno definiti obiettivi e target	Sustainable Development Goals ai quali si collegano gli indirizzi strategici	Obiettivi definiti sull'indirizzo strategico prescelto che si declinano in target quali/quantitativi	Target quali/quantitativi finalizzati alla realizzazione degli obiettivi	Iniziativa già avviata o da avviare per il raggiungimento dei target	L'anno di avvio delle iniziative per il raggiungimento del target	Termine entro il quale realizzare le iniziative operative
1. Contrastare il cambiamento climatico e ridurre l'impatto ambientale	  	1.1 Migliorare i sistemi di gestione utili alla riduzione degli impatti ambientali	1.1.1 Raggiungimento del 100% di acquisti di cacao e derivati sotto la certificazione Rainforest	Ingaggiare esclusivamente fornitori certificati Rainforest	2023	2025
		1.2 Dimezzare le emissioni di CO2	1.2.2 Definizione di una decarbonization roadmap	Ottenere la certificazione esterna sulla misurazione delle emissioni di Scope 1, 2 e 3	2023	2024
				Individuare iniziative di efficienza energetica per la riduzione delle emissioni di Scope 1 e 2	2023	2025
				Misurare le emissioni di Scope 3	2023	2026
				Ottenere la certificazione esterna sulla misurazione delle emissioni di Scope 3	2023	2026
				1.2.3 Compensazione delle emissioni	Ottenere garanzie sui crediti di compensazione di origine energetica	2023









## AMBIENTE

INDIRIZZI STRATEGICI	SDGs	OBIETTIVI	TARGET	INIZIATIVE OPERATIVE DA IMPLEMENTARE	BASELINE	TIMING
Indirizzi sui quali verranno definiti obiettivi e target	Sustainable Development Goals ai quali si collegano gli indirizzi strategici	Obiettivi definiti sull'indirizzo strategico prescelto che si declinano in target quali/quantitativi	1.3.1 Riduzione del trasporto aereo	Incrementare l'utilizzo del trasporto marittimo	2023	Continuativo
			1.3.2 Riduzione dei consumi energetici	Installare un parco agrisolare	2023	<del>2023</del> <b>OBBIETTIVO COMPLETATO 2023</b>
			1.3.3 Ottimizzazione e riduzione dei consumi di energia elettrica	Installazione sistema BEMS stabilimento & progetto pilota per negozi	2023	2024
		1.4 Contrastare lo spreco della risorsa idrica	1.4.1 Abbattimento dei consumi idrici di circa il 40%	Installare un impianto di trattamento acque	2023	2024
		1.5 Ridurre la generazione di rifiuti	1.5.1 Realizzazione di un packaging più sostenibile	Incrementare l'utilizzo di materiali compostabili e/o riciclabili	2022	2026
			1.5.2 Riduzione dei rifiuti da prodotti in scadenza che non possono essere venduti ai mangimifici	Studiare e analizzare soluzioni alternative allo smaltimento	2023	2025
		1.6 Migliorare la gestione ambientale dello stabilimento	1.6.1 Ottenimento della certificazione ISO 14001	Avviare le procedure necessarie per l'ottenimento della certificazione ISO 14001, nel quadro del Sistema di gestione ambientale dello stabilimento	2023	2024
		1.7 Ridurre l'utilizzo di carta nelle attività di ufficio	1.7.1 Finance paperless, ridurre il consumo di circa 100.000 fogli di carta A4	Ridurre la stampa di fatture attive e passive in Italia	2023	2024







INDIRIZZI STRATEGICI	SDGs	OBIETTIVI	TARGET	INIZIATIVE OPERATIVE DA IMPLEMENTARE	BASELINE	TIMING
Indirizzi sui quali verranno definiti obiettivi e target	Sustainable Development Goals ai quali si collegano gli indirizzi strategici	Obiettivi definiti sull'indirizzo strategico prescelto che si declinano in target quali/quantitativi	Target quali/quantitativi finalizzati alla realizzazione degli obiettivi	Iniziative già avviate o da avviare per il raggiungimento dei target	L'anno di avvio delle iniziative per il raggiungimento del target	Termine entro il quale realizzare le iniziative operative
2. Garantire elevata qualità nella produzione	 	2.1 Incentivare la realizzazione di prodotti sani e sostenibili	2.1.1 Realizzazione di più prodotti vegan friendly	Sviluppare nuovi prodotti senza zuccheri aggiunti o con ingredienti non di origine animale, mantenendo la stessa qualità dei prodotti tradizionali	2023	2026
			2.1.2 Realizzazione Clean labels	Sviluppare etichette sempre più chiare e prive di additivi chimici e/o artificiali	2023	Continuativo
			2.1.3 Aprire un secondo punto vendita 100% vegan	2023	2024	
3. Garantire salute e sicurezza nelle operazioni di business	 	3.1 Garantire una produzione sicura e continuativa	3.1.1 Ottenimento della certificazione ISO 45001	Avviare le procedure necessarie per l'ottenimento della certificazione ISO 45001, nel quadro del Sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro nello stabilimento produttivo	2023	2024
			3.1.2 Attivazione di un'assicurazione sul blocco della produzione causato da infortuni o esposizione ad agenti patogeni	Studiare i peer di settore in Italia per prevenire accadimenti negativi	2023	2024
4. Incrementare il legame tra dipendenti e azienda	 	4.1 Aumentare il livello di engagement dei dipendenti	4.1.1 Prosecuzione dello share acquisition plan	Mantenere attivo lo share acquisition plan destinato ai manager	2022	Continuativo
			4.1.2 Lancio di «Global Survey» annuali	Lanciare delle «Global Survey» annuali finalizzate ad accogliere proposte/feedback dei dipendenti nel Gruppo	2023	2024
			4.1.3 Conciliazione attività lavoro - famiglia in situazioni di evidente difficoltà	Attivare una banca ore solidale per i dipendenti del comparto industria italiano	2022	2024
			4.1.4 Coinvolgimento dei dipendenti e trasparenza	Incontrare tutti gli anni tutti i dipendenti e condividere piani e risultati	2022	Continuativo
			4.1.5 Aumento delle competenze digitali e l'impiegabilità dei dipendenti	Accrescere le iniziative di informazione e formazione delle competenze ed aumentare l'investimento di formazione per dipendente	2023	Continuativo
4.2 Garantire le pari opportunità e l'inclusione	4.2.1 Attivazione di un piano aziendale per garantire l'inclusione e le pari opportunità	Definire una roadmap diversity equity and inclusion	2024	2025		





## GOVERNANCE

INDIRIZZI STRATEGICI	SDGs	OBIETTIVI	TARGET	INIZIATIVE OPERATIVE DA IMPLEMENTARE	BASELINE	TIMING
Indirizzi sui quali verranno definiti obiettivi e target	Sustainable Development Goals ai quali si collegano gli indirizzi strategici	Obiettivi definiti sull'indirizzo strategico prescelto che si declinano in target quali/quantitativi	Target quali/quantitativi finalizzati alla realizzazione degli obiettivi	Iniziative già avviate o da avviare per il raggiungimento dei target	L'anno di avvio delle iniziative per il raggiungimento del target	Termine entro il quale realizzare le iniziative operative
5. Garantire una governance etica e trasparente	 	5.1 Mantenere un sistema di governance allineato alle migliori pratiche, integrato ai profili della sostenibilità	5.1.1 Aggiornamento del Codice Etico	Realizzare e pubblicare un nuovo Codice Etico, sostituendo il codice etico pre esistente	<del>2023</del>	<del>2023</del>
			5.1.2 Creazione di una procedura di whistleblowing	Realizzare e pubblicare una procedura di whistleblowing	2023	2023
			5.1.3 Realizzazione di corsi di formazione in ambito anticorruzione (Modello 231)	Realizzare corsi di formazione sul tema dell'anticorruzione rivolti a tutti i dipendenti	2023	2024
			5.1.4 Incremento del livello di indipendenza nel Board	Inserire nel prossimo C.d.A. membri indipendenti, dei quali un responsabile indipendente del comitato per le nomine e le remunerazioni e un responsabile sui temi ESG	2023	2025
		5.2 Predisporre una rendicontazione non finanziaria su base volontaria	5.2.1 Aumento del perimetro di rendicontazione del Bilancio di sostenibilità	Aumentare il perimetro di rendicontazione non finanziaria alle altre geografie del Gruppo	2023	2025





# I NOSTRI PRODOTTI

## 4.1 COMUNICAZIONE E MARKETING RESPONSABILE

Elaboriamo campagne pubblicitarie e di marketing segmentate per gruppi di età e audience, veicolando corrette informazioni riguardanti i prodotti in conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione nazionali e internazionali, in modo tale da incoraggiare un consumo responsabile e uno stile di vita sano ed equilibrato.

GRI 3-3  
GRI 417-1  
GRI 417-2  
GRI 417-3



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Realizzazione di “clean labels”



La nostra attività di comunicazione è improntata principalmente sulla divulgazione del nostro brand e sulla promozione dei nostri prodotti primari: il cioccolato ed il gelato.

Su queste categorie di prodotto ci siamo impegnati a perseguire obiettivi in chiave sostenibile, volendo creare un impatto positivo dal punto di vista sociale e ambientale. L'impatto sociale positivo si declina attraverso la diminuzione della quantità di zuccheri presenti nel cioccolato e nel gelato, offrendo così dei prodotti più sani.

L'impatto ambientale positivo viene invece declinato attraverso la realizzazione di progetti di riduzione della plastica nel packaging e di sostituzione della stessa con plastica compostabile, utilizzata principalmente sul packaging del cioccolato: un esempio è il lancio di uova di Pasqua avvolte in plastica completamente sostenibile.

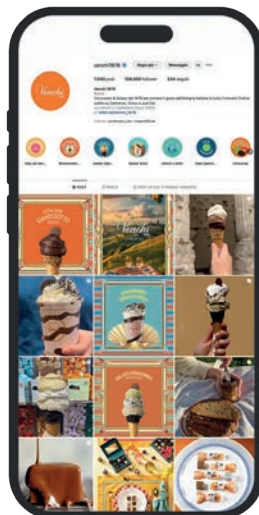


Tutta la comunicazione relativa ai nostri prodotti, alla nostra mission e a tutte le iniziative promosse e ai risultati raggiunti è opportunamente effettuata sui nostri canali di comunicazione principali, ovvero il nostro sito istituzionale, i negozi monobrand di Venchi, il canale wholesale (tramite pubblicazione di un catalogo dedicato) e sui nostri canali social attivi nel mondo da est a ovest, sui quali garantiamo una fitta presenza realizzando campagne pubblicitarie di stampo multisettimanale.



La nostra promozione digital avviene principalmente attraverso pubblicità su quotidiani e sui diversi canali media, inclusi i social media: in questo ambito abbiamo definito degli obiettivi di incremento delle vendite online e offline e di sviluppo della brand awareness verso i consumatori.

Nel 2023, a continuazione del 2022, abbiamo promosso una grande iniziativa di comunicazione che ha coinvolto tutti i nostri canali commerciali. La campagna di comunicazione intitolata “Chocoviar chochesei/Chocoviar whoyouare” è avvenuta in tutti i nostri punti vendita del mondo, nei canali media e social media nel mondo e tramite affissioni di cartellonistica pubblicitaria nelle città di Milano, Roma, Torino, Bologna, Genova, Firenze, Padova e Bari. L’attività di comunicazione era volta a promuovere il brand Venchi in occasione del periodo pre-natalizio attraverso il nostro prodotto più



iconico, il Chocoviar, in tutte le sue declinazioni di gusto. La campagna ha riscosso notevole successo tanto da volerla riproporre anche per il 2024. Inoltre abbiamo attivato un nuovo programma di fidelizzazione clienti denominata V-Club per promuovere comunicazioni ed offerte dedicate ai clienti.

Vogliamo creare una brand awareness a 360°, non limitandoci alla sola pubblicizzazione dei nostri prodotti. A tal fine, nel corso dell’anno abbiamo avviato diverse attività di public relation ed attività di visite guidate nello stabilimento, invitando principalmente i clienti ad assaporare al meglio l’esperienza Venchi a partire dalla produzione dei prodotti.

Infine, nel nostro canale Retail, abbiamo adottato in tutto il mondo un service model secondo cui i dipendenti dei negozi sono chiamati a rispettare delle best practice nel servizio al cliente, volte a garantire al consumatore finale l’”Esperienza Venchi”: il personale interno è formato e preparato sui nostri prodotti ed è in grado di offrire un servizio completo al cliente, sia per quanto riguarda il cioccolato che per il gelato. Quando il consumatore entra nel negozio, viene guidato dal nostro personale nella selezione del tipo di cioccolato o gelato adatto alle sue preferenze. Tale service model è stato implementato e testato prima nel 2022 in Italia e poi nel corso del 2023 è stato esteso in tutte le geografie.

### I NUMERI DELLA PRESENZA SOCIAL DEL GRUPPO VENCHI

VENCHI GROUP	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023
NUMERO FOLLOWER INSTAGRAM	68.000	82.000	99.810
NUMERO FOLLOWER FACEBOOK	111.000	113.000	118.394
SESSIONI (TRAFFICO) TOTALI EMEA + US	3.415.519	4.275.409	4.363.102

Incremento dei followers su **Instagram** rispetto al 2021: **+46,7%**

Incremento dei followers su **Facebook** rispetto al 2021: **+6,6%**

Incremento delle sessioni totali **EMEA + US** rispetto al 2021: **+27,7%**

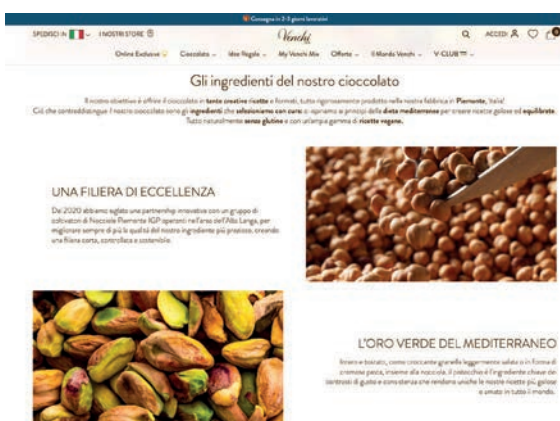
COSTI ADVERTISING & PROMO	2021	2022	2023
HEADQUARTER ITALIA	€ 1.072.000	€ 2.026.000	€ 3.398.654
VENCHI GROUP	€ 3.069.000	€ 5.713.762	€ 10.807.550

Investimenti in *advertising & promo* rispetto al 2021 (Headquarter): **+217,0%**

Investimenti in *advertising & promo* rispetto al 2021 (Venchi Group): **+252,1%**

## COMUNICAZIONE RESPONSABILE SUL PRODOTTO

Poniamo particolare attenzione alla comunicazione responsabile dei nostri prodotti verso i clienti, soprattutto in riferimento agli ingredienti che li compongono. A tale scopo abbiamo avviato un programma di tracciabilità delle materie prime, soprattutto sulla nocciola IGP prodotta e sgusciata in Piemonte, sulla mandorla e sui pistacchi di Bronte. Inoltre, nel corso del 2023 abbiamo certificato il primo fornitore con Rainforest e nel 2024-2025 andremo a coprire il resto dell'offerta sotto questa certificazione.



Perseguendo una strategia di trasparenza verso il cliente, sul packaging inseriamo informazioni sempre molto dettagliate circa gli ingredienti che compongono ogni singolo prodotto, apponendo opportunamente un QR code o etichette specifiche. Il nostro obiettivo è quello di creare delle etichette sempre più chiare, semplici e prive di coloranti, additivi chimici o artificiali. Quanto ai canali digitali, perseguiamo un approccio trasparente pubblicando e aggiornando regolarmente il “Libro degli ingredienti e degli allergeni” presente nella sezione “Il nostro gelato” del nostro sito web.

In riferimento alle informazioni che siamo tenuti a riportare sui nostri prodotti, così come previsto dalle procedure aziendali, di seguito riportiamo una lista:

TIPOLOGIE DI INFORMAZIONI RICHIESTE DALLE PROCEDURE DELL'ORGANIZZAZIONE CONCERNENTI L'ETICHELLATURA E LE INFORMAZIONI SU PRODOTTI E SERVIZI	2021	2022	2023
Origine dei componenti del prodotto o servizio, per ingredienti specifici	✓	✓	✓
Il contenuto, riguardo particolarmente alle sostanze che potrebbero avere un impatto ambientale o sociale	✓	✓	✓
L'uso sicuro del prodotto o servizio	✓	✓	✓
Lo smaltimento del prodotto e gli impatti ambientali o sociali	✓	✓	✓

Quanto all'indicazione dell'origine del prodotto, riportiamo questa informazione solo nei casi in cui puntiamo a valorizzare l'importanza dell'origine di determinate categorie di materie prime, come ad esempio le nocciole IGP di Piemonte, i pistacchi di Bronte e le mandorle e le arance di Sicilia.

Entrambe le categorie di prodotti considerate rilevanti, ossia cioccolato e gelato, rispettano la conformità alle procedure aziendali e vengono valutati in relazione alla conformità stessa.

CATEGORIE RILEVANTI DI PRODOTTI O SERVIZI CONFORMI ALLE PROCEDURE DELL'ORGANIZZAZIONE E VALUTATI IN RELAZIONE ALLA CONFORMITÀ STESSA	u.m.	2021	2022	2023
Categorie rilevanti di prodotti o servizi	N°	2	2	2
Categorie rilevanti di prodotti o servizi conformi alle procedure		2	2	2
<b>Percentuale di categorie di prodotti o servizi conformi alle procedure e valutati in relazione alla conformità</b>	%	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Quanto a regolamenti e/o codici volontari concernenti l'etichettatura e le informazioni su prodotti e servizi, nell'ultimo triennio non abbiamo registrato nessun caso di non conformità che ha comportato un'ammonda.

EPISODI DI NON CONFORMITÀ	2021	2022	2023
Episodi di non conformità con le normative che comportino un'ammonda o una sanzione	0	0	0
Episodi di non conformità con le normative che comportino un avviso	0	0	0
Episodi di non conformità con i codici di autoregolamentazione	0	0	0

Per prevenire l'immissione sul mercato di prodotti con etichettatura non conforme, prevediamo dei processi di controllo interno che verifichino la correttezza della compliance normativa. La verifica della compliance è gestita dall'ufficio qualità, al quale viene sottoposto per la validazione ogni nuovo prodotto con relativa nuova etichetta. In caso di non conformità rilevata, è lo stesso ufficio qualità a gestire la non conformità e la sua risoluzione. Inoltre, a ricezione delle etichette stampate dal fornitore, il controllo qualità verifica la corrispondenza con i documenti approvati per la stampa. Dal 2022, e soprattutto nel 2023, abbiamo migliorato la raccolta degli avvisi di non conformità ricevuti dai clienti, dal personale dei negozi e dalle altre filiali del Gruppo. Quanto alle comunicazioni di marketing, nel triennio non abbiamo registrato alcun episodio di non conformità. L'assenza di irregolarità è dovuta principalmente alla nostra attività di prevenzione: tutti i testi di comunicazione vengono sempre visti e condivisi prima della pubblicazione all'esterno, in modo che la comunicazione sia allineata alle policy e linee guida aziendali.



Per quanto concerne il contrasto allo spreco alimentare, lo attuiamo partendo dai nostri processi produttivi: nel nostro piano aziendale prevediamo delle azioni di recupero delle materie prime lavorate, soprattutto per quanto riguarda il cioccolato non venduto. In prossimità del sito produttivo è operativo un outlet che distribuisce cioccolato non conforme alla vendita per le sole caratteristiche estetiche. Nel mondo del gelato, abbiamo invece sviluppato nuove ricette di gelato che ci permettono di utilizzare il cioccolato prossimo alla scadenza. Al fine di minimizzare gli sprechi, monitoriamo costantemente il costo del venduto di cioccolato e gelato nei nostri negozi. Inoltre, già durante la pandemia da Covid-19 abbiamo sviluppato nuove forme di distribuzione

come "Too Good To Go" per vendere i prodotti prossimi alla scadenza. Inizialmente questo canale era stato attivato soltanto nei nostri punti vendita italiani per le contingenze legate alla pandemia. Nel corso del 2023, invece, è stata ampliata la collaborazione anche in altri Paesi del mondo, proprio con l'obiettivo di salvare cibo invenduto da un triste destino. L'attivazione della collaborazione con Too Good To Go è soltanto uno degli strumenti per la lotta contro lo spreco alimentare. Venchi si è posta l'obiettivo di "Zero food waste", ovvero ottimizzazione delle risorse e programma di riciclo a 360° per ridurre a zero gli sprechi entro il 2025.

## 4.2 QUALITÀ DEL PRODOTTO E BENESSERE DEI CONSUMATORI

Adottiamo politiche e procedure con elevati standard di qualità e sicurezza alimentare, volti ad ottenere prodotti più sicuri e valorizzati da un punto di vista nutrizionale, al fine di promuovere uno stile di vita sano ed una dieta equilibrata

GRI 3-3  
GRI 416-1  
GRI 416-2



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Realizzazione di più prodotti vegan friendly entro il 2026



Adozioni di certificazioni su qualità e sicurezza



Temperatura di stoccaggio ottimale della nocciola

Rispettiamo le normative vigenti di tutti i Paesi nei quali esportiamo i nostri prodotti e garantiamo la loro sicurezza al consumatore finale, sia per quanto riguarda il gelato che il cioccolato.

Punto chiave del nostro percorso di ottenimento di standard qualitativi elevati è la totale **assenza di additivi chimici o edulcoranti** nelle nostre ricette: il profondo rispetto per le caratteristiche intrinseche delle materie prime lavorate ci spinge a ricercare costantemente mezzi produttivi che consentano di ottenere dei prodotti finiti ad altissimo valore nutrizionale, coniugando il mantenimento di tecniche produttive a bassa invasività al più avanzato controllo e alla standardizzazione di qualità.

Inoltre, nel triennio 2023-2025 puntiamo ad ampliare la nostra offerta di prodotti vegan friendly. Molte ricette di gelato attualmente in uso, soprattutto gelato alla frutta, sono a base di acqua e senza latte per offrire sorbetti cremosi e freschi. Puntiamo inoltre alla continua selezione di ricette vegane, attentamente elaborate per garantire un sapore ricco e intenso di cioccolato, senza l'uso di prodotti di origine animale. Questo approccio ci permette di creare deliziose ricette che esaltano il gusto puro e autentico dei nostri ingredienti. A conferma di ciò, già a luglio 2022 abbiamo aperto il primo **punto vendita 100% vegan ad Hong Kong** e puntiamo ad aprirne un secondo nei prossimi anni.

L'indagine scientifica, condotta con partner a elevata competenza, è alla base della crescita quali-quantitativa aziendale. Riteniamo che la tradizione debba essere supportata dalla più profonda conoscenza delle leggi chimico-fisiche che governano la vita del prodotto e permettono il mantenimento delle sue caratteristiche qualitative nel tempo.

Le garanzie di salubrità e sicurezza sono legate al livello di cultura produttiva presente in Azienda. La partecipazione a progetti di ricerca nel settore alimentare testimonia questa attenzione: **per Venchi la qualità si ottiene grazie alla conoscenza.**



Di seguito riportiamo i punti chiave della nostra strategia produttiva finalizzata al perseguimento della qualità e della sicurezza dei prodotti:

- Totale controllo dei parametri di processo con conoscenza tecnico-scientifica sempre più approfondita del prodotto;
- Bassissima rotazione di personale con alta specializzazione;
- Programma di formazione del personale che garantisca la crescita culturale sull'importanza della qualità del prodotto;
- Elevato livello tecnologico applicato, frutto della costante ricerca di soluzioni che permettano la presenza simultanea del profilo qualitativo ottimale con le garanzie di tutela della salute del consumatore;
- Alto profilo d'integrazione delle procedure di autocontrollo con la realtà produttiva (forte impegno formativo con elevato coinvolgimento del personale di fabbrica);
- Rotazione di magazzino molto veloce dei prodotti finiti con tempo di stoccaggio ridotto per garantire il più alto profilo di gusto.

La costante attività di formazione in tema di controllo qualità e sicurezza alla quale sottoponiamo i nostri dipendenti contribuisce a realizzare l'efficacia dei processi di controllo: al momento dell'assunzione, ai dipendenti vengono spiegati tutti gli impegni e le procedure in tema di qualità e controllo e in tema di produzione. Abbiamo inoltre incrementato le ore di formazione erogate al personale produttivo, il quale viene anche sensibilizzato rispetto gli audit di controllo qualità che vengono svolti internamente.

Sempre in tema di controlli, possiamo affermare che tutte le materie prime di qualsiasi lotto che entrano nel nostro stabilimento vengono sempre sottoposte a verifiche. A tal fine, ci affidiamo a laboratori esterni certificati per le analisi chimiche e microbiologiche.

Il cioccolato Venchi viene prodotto presso lo stabilimento di Castelletto Stura.

Per aumentare la sua qualità in ottica di sicurezza alimentare, abbiamo deciso di abbracciare delle certificazioni volontarie: **dal 2021 abbiamo conseguito i certificati BRCGS e IFS**, standard riconosciuti a livello internazionale, a dimostrazione dell'impegno verso la sicurezza e qualità prodotto; nel corso del mese di novembre abbiamo rinnovato le due certificazioni con il massimo punteggio (**AA-Top level**). Tali standard garantiscono al consumatore che tutte le materie prime da noi lavorate siano controllate e che ogni fornitore (sia di materie prime alimentari che di packaging) venga preventivamente sottoposto a verifica e validazione prima di approvvigionarci dallo stesso.



Il BRCGS (Brand Reputation through Compliance) è uno standard globale specifico per la sicurezza dei prodotti agroalimentari. Obiettivo della certificazione BRCGS è assicurare la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari proposti ai consumatori da parte dei fornitori e dei rivenditori della Grande Distribuzione Organizzata G.D.O.



IFS (International Featured Standards) sviluppa standard di sicurezza di prodotto e qualità riconosciuti a livello globale e programmi di sviluppo con il supporto dei retailer, produttori, enti di certificazione e altri esperti. Attraverso il rispetto di tali standard le aziende aumentano l'affidabilità dei loro prodotti e dei prodotti a marchio dei clienti attraverso una cultura della sicurezza dei prodotti e degli alimenti.

Quanto alla nocciola, ci siamo attivati attraverso un'attività di accorciamento della filiera e di identificazione dello stoccaggio ottimale.

Le nocciole IGP Piemonte che riceviamo sono provenienti dalla filiera corta delle Langhe e vengono raccolte in un territorio abbastanza ristretto a circa 30 km dallo stabilimento. La raccolta viene svolta dal 15 agosto al 15 settembre, mentre la consegna viene effettuata fino a febbraio. Per questioni di qualità, abbiamo imposto ai nostri fornitori di consegnare tutte le nocciole restanti per l'annata entro il termine ultimo del 31 marzo, ciò allo scopo di prevenire che l'incremento delle temperature possa comprometterne la qualità.



Oltre alla conservazione, grande attenzione è rivolta verso l'impatto sulla salute e la sicurezza generato dai nostri prodotti principali, rappresentati dal cioccolato e dal gelato, i quali vengono valutati nella loro totalità.

PERCENTUALE ESPRESSA IN TERMINI DI CATEGORIE DI PRODOTTO E SERVIZIO SIGNIFICATIVE IN RELAZIONE ALLE QUALI VENGONO VALUTATI GLI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA	u.m.	2021	2022	2023
Numero di categorie di prodotti / servizi totali		2	2	2
Numero di categorie di prodotti / servizi totali in relazione ai quali vengono valutati gli impatti sulla salute e sulla sicurezza	N°	2	2	2
Percentuale delle categorie di prodotto e servizio in relazione alle quali vengono valutati gli impatti sulla salute e sulla sicurezza	%	100	100	100

Nella salvaguardia della sicurezza dei prodotti adottiamo delle best practice applicate nel processo produttivo: tutte le linee di produzione dispongono di un metal detector installato a fine linea e finalizzato a rilevare la presenza di corpi ferrosi anche di piccole dimensioni; inoltre, due linee di produzione dispongono di un sistema a raggi X sulle multitesta, utilizzato per verificare la presenza di corpi estranei e di contaminanti ferrosi, non ferrosi e in acciaio inossidabile.

In aggiunta, abbiamo convertito il confezionamento manuale di alcuni ingredienti destinati alla lavorazione del gelato nei nostri store con una nuova linea di confezionamento automatico provvisto di metal detector che garantisce l'assenza di corpi estranei.

I nostri gelati vengono preparati direttamente negli store: di questi, una parte degli ingredienti freschi vengono approvvigionati direttamente dal negozio, mentre basi gelato e cioccolato provengono direttamente dallo stabilimento produttivo. Andare a diretto contatto col consumatore ci consente di avere riscontri immediati sull'appetibilità di un prodotto e anche su eventuali problematiche legate allo stesso, segnalabili al nostro customer service. Nei laboratori gelato dei negozi abbiamo avviato delle attività di analisi per verificare eventuali punti critici in ambito qualità e identificato delle possibili azioni da intraprendere. Ad esempio, nei nostri negozi monitoriamo giornalmente la temperatura dei frigoriferi compilando appositi registri.

Adottiamo una procedura di non conformità interna attraverso la quale viene valutato se ciascun reclamo sussista o meno e, in caso positivo, viene implementato un trattamento immediato della non conformità ed un'analisi volta ad individuarne la causa. Una volta individuata la causa, se necessario, si implementa un'azione correttiva che ha lo scopo di evitare il riproporsi della non conformità in futuro. Ciclicamente viene valutata l'efficacia delle azioni correttive implementate.

Nel 2023 abbiamo riscontrato 554 casi di non conformità tra normative e codici volontari sulla salute e sicurezza dei prodotti.

NUMERO TOTALE DI CASI DI NON CONFORMITÀ CON LE NORMATIVE E/O CODICI DI AUTOREGOLAMENTAZIONE RIGUARDANTI GLI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA DI PRODOTTI E SERVIZI	u.m.	2021	2022	2023
Casi di non conformità con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione	N°	3	11	14
Casi di non conformità con le normative che comportino un avviso		0	0	0
Casi di non conformità a codici volontari		147	460	554
<b>Totale</b>		<b>150</b>	<b>472</b>	<b>568</b>

Dei reclami ricevuti, si registra un notevole incremento nel 2023, giustificato principalmente dall'**estensione della procedura delle segnalazioni al resto del mondo** rispetto al 2021 in cui si faceva riferimento al solo perimetro Italia.

RECLAMI	u.m.	2021	2022	2023
Reclami ricevuti	N°	147	460	554

Fino al 2021 non esisteva un processo ben definito e condiviso per la raccolta, la segnalazione e la gestione dei rapporti di non conformità. La maggior parte delle segnalazioni arrivavano dal customer services, peraltro solo dal perimetro Italia, e le segnalazioni provenienti dai nostri negozi o dalla nostra rete di vendita Wholesale erano raramente compilate e registrate. Nel 2022 è stato sviluppato un nuovo modulo di raccolta dati e la nuova procedura è stata condivisa con tutte le filiali del gruppo. Nel 2023 abbiamo attuato un processo di semplificazione nella raccolta dei reclami per non conformità in modo da mappare e tracciare qualsiasi tipo di non conformità, puntando sempre al continuous improvement.

05



IL VALORE  
DELLE PERSONE



## 5.1 IL BENESSERE DEI DIPENDENTI

Offriamo ai nostri dipendenti benefit e soluzioni che aiutino a coniugare la vita lavorativa con quella privata e che conducano ad un miglioramento della loro produttività.



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Prosecuzione dello share acquisition plan
- Lancio di «Global Survey» annuali entro il 2024
- Conciliazione attività lavoro-famiglia in situazioni di evidente difficoltà entro il 2024
- Coinvolgimento dei dipendenti e trasparenza

GRI 3-3  
GRI 2-7  
GRI 2-30  
GRI 401-1  
GRI 401-2  
GRI 401-3

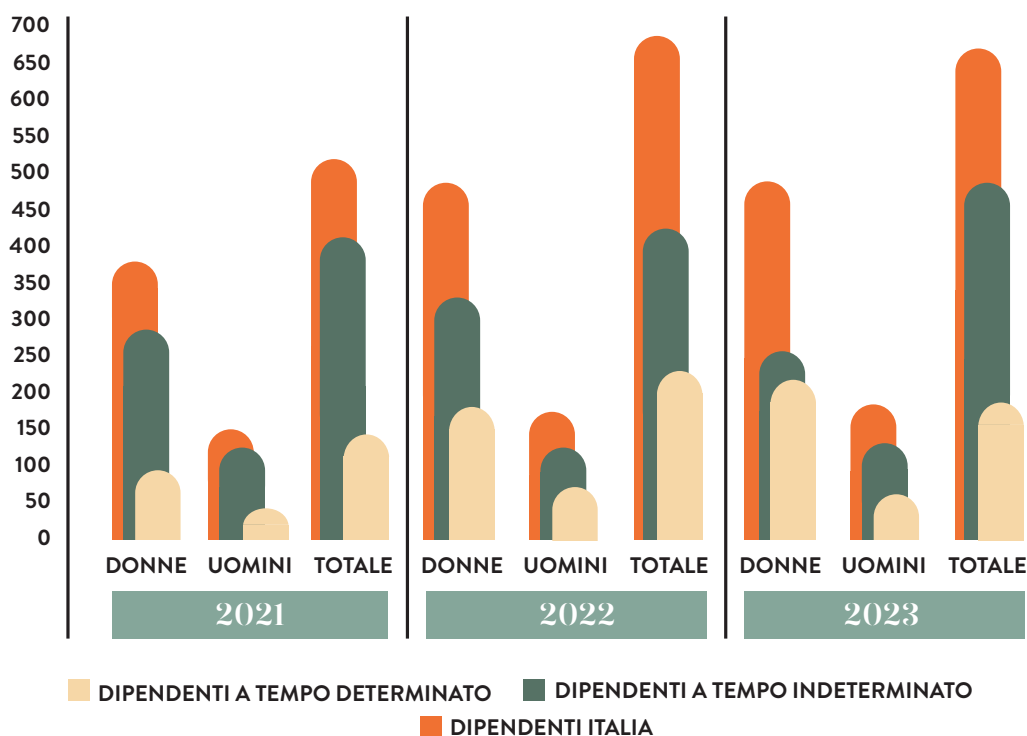


Venchi è un'organizzazione in forte crescita e negli ultimi tre anni sono state aperte nuove società all'estero e anche nuovi negozi che, di conseguenza, hanno comportato un aumento del numero dei dipendenti.

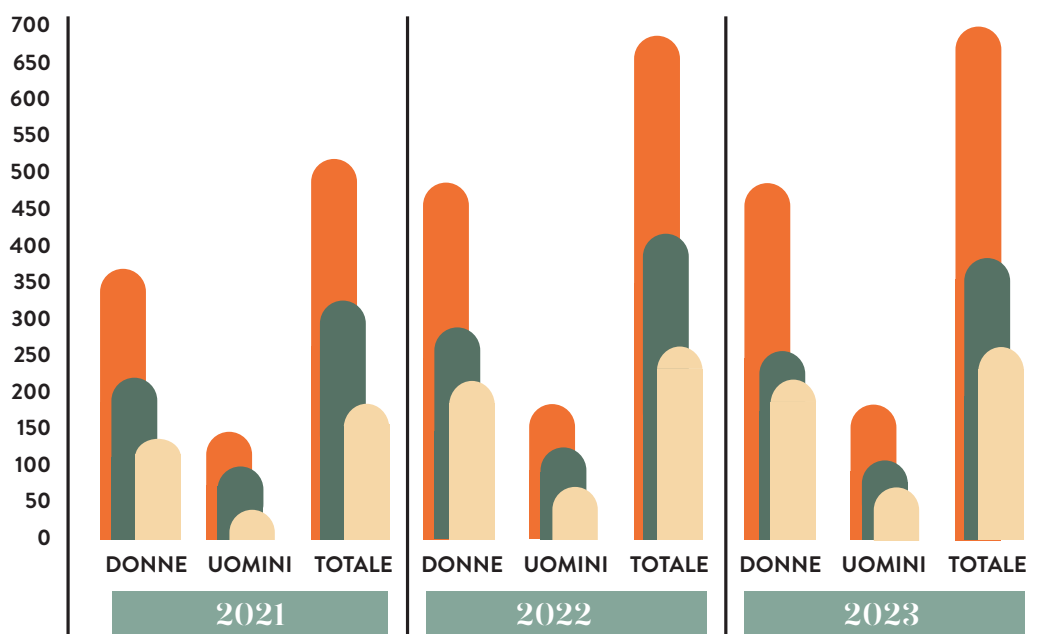
In particolare, l'apertura di nuovi negozi in tutto il mondo ha condotto ad un aumento della struttura di staff e di produzione a supporto della rete di vendita. Nella sede produttiva e negli uffici italiani è aumentato sia il personale produttivo che quello impiegatizio. Nel corso del 2022 e 2023 abbiamo ampliato lo stabilimento produttivo sia per creare nuovi reparti di produzione sia per offrire maggiore spazio agli impiegati.

Nel 2023 il numero dei nostri dipendenti è pari a 660, di cui 486 assunti con contratto a tempo indeterminato e 174 con contratto a tempo determinato. Inoltre, 397 dipendenti sono assunti con contratto a tempo pieno e 263 con contratto a tempo part-time, per poter meglio rispondere alle esigenze dei singoli lavoratori. La totalità del nostro personale è coperta al 100% da accordi collettivi di contrattazione.

### DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO (NUMERO DI PERSONE):



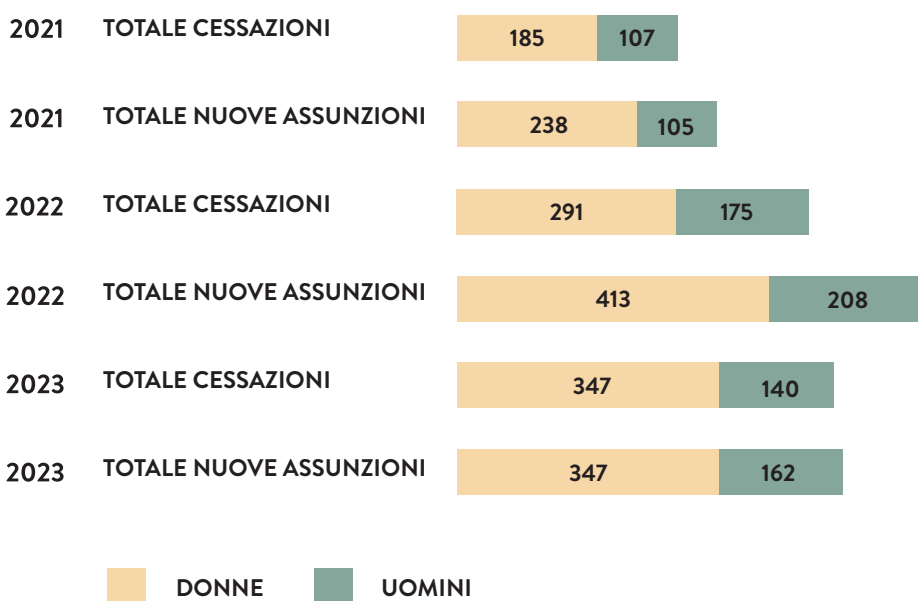
## DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO (NUMERO DI PERSONE):



■ DIPENDENTI A TEMPO PIENO ■ DIPENDENTI A TEMPO PART-TIME ■ DIPENDENTI ITALIA

Numero dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	u.m.	2021	2022	2023
Numero totale di dipendenti	N°	517	657	660
Numero di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	N°	517	657	660
Percentuale di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	%	100	100	100

Confrontando i dati del triennio 2021-2023, possiamo affermare che il numero dei dipendenti è aumentato di circa il 27%, passando dai 517 dipendenti del 2021 ai 660 del 2023.



■ DONNE ■ UOMINI

L'incremento dei dipendenti è principalmente dovuto alle nuove assunzioni che nel 2023 ammontano a 509, con un tasso di nuove assunzioni registrato pari al 77,1%. Inoltre, il 62,3% dei neoassunti è rappresentato da persone con età inferiore ai 30 anni. Questo dimostra il nostro impegno costante nel ricercare nuovo personale, soprattutto giovane, al fine non solo di accrescere la nostra Azienda ma anche di potenziare nuove conoscenze e competenze a disposizione dell'Azienda.

Dipendenti	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Totale nuove assunzioni</b>		238	105	<b>343</b>	413	208	<b>621</b>	347	162	<b>509</b>
<b>Italia</b>										
Fino a 30 anni	N°	172	75	<b>247</b>	310	144	<b>454</b>	289	122	<b>411</b>
oltre 30 anni fino a 50 anni		<b>59</b>	<b>26</b>	<b>85</b>	<b>93</b>	<b>60</b>	<b>153</b>	<b>55</b>	<b>39</b>	<b>94</b>
Oltre 50 anni		<b>7</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Dipendenti	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Tasso di turnover dipendenti</b>		50,3%	71,8%	<b>56,5%</b>	60,4%	100,0%	<b>70,9%</b>	73,5%	74,5%	<b>73,8%</b>
<b>età inferiore ai 30 anni</b>	%	31,8%	49,7%	<b>36,9%</b>	39,0%	65,7%	<b>46,1%</b>	55,9%	51,6%	<b>54,7%</b>
tra i 30 e i 50 anni		15,5%	19,5%	<b>16,6%</b>	18,7%	31,4%	<b>22,1%</b>	15,5%	22,3%	<b>17,4%</b>
età superiore ai 50 anni		<b>3,0%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,7%</b>

Nel mercato del lavoro nel quale operiamo, abbiamo la necessità di garantire benefit quantomeno allineati o che superino quelli dei nostri competitor al fine di trattenere le nostre persone nell'Azienda e attrarre nuovi talenti.

Tra le principali iniziative in ambito risorse umane che abbiamo messo in atto nel corso del 2022 e 2023 rientra l'iniziativa di rivalutazione del rapporto compensation/benefit dei nostri dipendenti finalizzata ad adeguare il loro potere di acquisto all'inflazione.

In ambito retail, invece, abbiamo già rivisto e continuiamo a rivalutare le retribuzioni di base orarie del personale operante nei nostri negozi. A livello globale, non avendo come in Italia una contrattazione collettiva e la presenza di parti sociali, stiamo puntando ad offrire ai nostri dipendenti una remunerazione che si avvicini sempre di più o superi il living wage, ossia un minimo salariale che garantisca condizioni di vita accettabili.

Nel 2023 abbiamo iniziato ad introdurre i buoni pasto per gran parte della popolazione aziendale italiana operante negli uffici, in fabbrica e nei nostri punti vendita. Sempre nello stesso periodo, in coerenza con il nostro DNA aziendale basato sulla meritocrazia e la premiazione dei risultati, nelle nostre sedi italiane abbiamo introdotto un premio mensile aggiuntivo legato al raggiungimento di determinati obiettivi all'interno dei negozi. Questo prevede che, al raggiungimento di KPI predefiniti da parte del team, il beneficio economico conseguito venga condiviso con tutte le persone del punto vendita e commisurato al contributo individuale in termini di ore lavorate nel mese. Nel mondo degli uffici e della produzione, disponiamo di una contrattazione di secondo livello con le parti sociali che si esprime con contratti integrativi aziendali che, accedendo alla nostra piattaforma welfare, danno la possibilità di convertire premi di risultato in flexible benefits. Inoltre, diamo accesso a tutti gli impiegati alla copertura sanitaria integrativa rispetto a quella prevista dal CCNL e ci stiamo impegnando con il sindacato a regolamentare l'iniziativa "banca ore etica/solidale", che darà la possibilità alle nostre persone di donare ore a colleghi che dovessero averne bisogno per problemi personali gravi, incentivando l'approccio etico al lavoro. Per ogni ora donata, Venchi si impegnerà ad offrire un'ora aggiuntiva al dipendente beneficiario.

Anche in altri Paesi, soprattutto nel Regno Unito e negli Stati Uniti, abbiamo previsto delle coperture sanitarie integrative per tutti i dipendenti o per singole categorie di dipendenti e altri benefit che variano a seconda del Paese. In Asia, ad esempio, stiamo provvedendo alla

realizzazione di un programma di wellbeing con iniziative sportive e di gestione dello stress. Altro aspetto molto importante per la nostra Azienda è l'ascolto del personale aziendale e di quello impiegato nei nostri negozi. È per questo motivo che nel 2023 sono state svolte indagini sul clima aziendale per ricevere un feedback su come l'Azienda operi e quello che può fare per migliorarsi e adattarsi meglio alle esigenze delle nostre persone. Questa attività ha permesso di realizzare delle iniziative che rispondono al meglio ai bisogni dei nostri dipendenti. L'attività di ascolto e confronto con le Rappresentanze Sindacali Unitarie degli uffici (RSU) ha fatto emergere l'esigenza di un maggiore supporto sul costo della vita e di una maggiore flessibilità lavorativa, oltre che il tema dello smartworking. La nostra Azienda, di conseguenza, ha risposto introducendo non solo una policy più flessibile negli orari di lavoro ma anche il già citato riconoscimento dei buoni pasto a tutti i dipendenti; infine, rispetto al tema dello smartworking, è stata strutturata una specifica policy che stiamo applicando anche negli altri paesi del mondo.

Inoltre, ci siamo muniti di uno strumento di comunicazione efficace, l'app "Venchipedia", disponibile per tutti i dipendenti del mondo retail, attraverso la quale riusciamo a comunicare con gli stessi sia dal punto di vista operativo che attraverso survey per comprendere il loro grado di soddisfazione rispetto all'operato dell'Azienda. In aggiunta, tramite l'app diamo la possibilità agli stessi di tenersi aggiornati sulle novità provenienti dalla produzione, sulle attività di Venchi, le guide operative, le nuove campagne di prodotto.

Vogliamo perfezionare sempre di più i nostri processi aziendali e chiediamo sempre come farlo alle nostre persone. Nel mondo retail, già dal 2022 almeno una volta all'anno viene svolto un incontro con i responsabili di tutta Italia per condividere con loro i risultati dell'Azienda, i risultati conseguiti dalla loro divisione ed i programmi e progetti in corso. In tale contesto organizziamo sessioni di coinvolgimento per ottenere da loro un input sulle azioni che l'Azienda deve implementare per migliorare il modello di servizio nei confronti del cliente.

Il costante confronto con i nostri dipendenti e il dialogo aperto con loro instaurato ci consente di prevenire eventuali episodi estremi come gli scioperi. Non a caso, durante l'anno non si

**0%**  
**CASI DI PROTESTE O  
 SCIOPERI DA PARTE DEI  
 NOSTRI DIPENDENTI  
 NEL 2023**

sono verificate azioni di protesta o scioperi nei confronti dell'azienda.

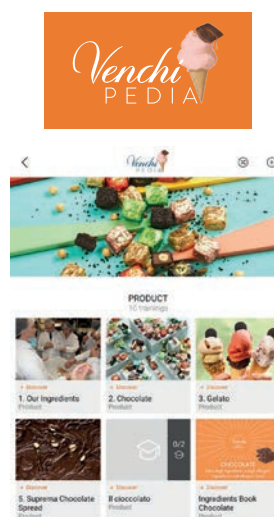
In tema di supporto alla genitorialità, in Italia abbiamo istituzionalizzato un bonus terzo figlio per affrontare il problema della denatalità, dando un contributo economico alla nascita del terzo figlio.

Per noi di Venchi è fondamentale la formazione e la conoscenza interna dei nostri prodotti: a tale scopo effettuiamo dei seminari tematici soprattutto in tema digital, puntando ad incrementare costantemente

l'adozione dei sistemi digitali e le conoscenze sulla cybersecurity, e coinvolgiamo tutte le nostre persone in percorsi di assaggio, soprattutto in occasione del lancio di nuovi prodotti.

Cerchiamo di aumentare sempre di più l'engagement e la trasparenza verso i nostri dipendenti: chi è manager in Venchi ha accesso allo stesso set di informazioni al quale accedono tutti gli azionisti, partecipando e venendo coinvolto nell'elaborazione dei piani strategici aziendali. Inoltre, dal 2022 i nostri manager hanno la possibilità di partecipare al rischio imprenditoriale investendo in azioni di tipo B. Quanto consegue è che la maggior parte dei manager ha deciso di investire in Venchi e dopo un anno è ancora in Azienda.

Tenendo conto degli impatti negativi sulle persone derivanti dallo svolgimento delle nostre attività, un esempio può essere dato dalla stagionalità del nostro business che può condizionare l'organizzazione lavorativa all'interno del nostro quartier generale, non riuscendo a pianificare le attività degli uffici in maniera efficace. Tale difficoltà potrebbe generare complicazioni nella gestione del rapporto vita-lavoro dei nostri dipendenti. Tuttavia, cerchiamo di mitigare tale rischio puntando a mantenere in essere la nostra forza lavoro.





Supportiamo e garantiamo sempre una continuità ai nostri dipendenti: se chiudiamo un punto vendita, ai dipendenti è data sempre la possibilità di trasferirsi in altri punti vendita o vengono trovate altre soluzioni per garantire quanto possibile la continuità lavorativa. Nell'ambito della tutela dei dipendenti, disponiamo di una parte di assicurazione sulla vita prevista dal CCNL ed eventualmente una integrativa per determinate categorie di lavoratori. In caso di decesso degli impiegati, una parte di importo viene erogata agli eredi in proporzione alla loro età.

Nella tabella di seguito è disponibile una sintesi dei benefit disponibili per categoria di dipendenti nel triennio 2021-2023:

Benefit Finanziari	2021			2022			2023		
	Dipendenti a tempo pieno	Dipendenti a tempo determinato < 9 mesi	Dipendenti part - time	Dipendenti a tempo pieno	Dipendenti a tempo determinato < 9 mesi	Dipendenti part - time	Dipendenti a tempo pieno	Dipendenti a tempo determinato < 9 mesi	Dipendenti part - time
Assicurazione sulla vita (CASSA VITA+ dirigenti)	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
Assistenza sanitaria (fondo FASA e EST)	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
Copertura assicurativa in caso di disabilità e invalidità	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Congedo parentale (maternità/paternità ant. Obb Fac.)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Contributi pensionistici (integrativo su versamento personale Alifond e Fonte)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Partecipazione azionaria (azioni B)	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓

✓ DISPONIBILE ✗ NON DISPONIBILE

Quanto al congedo parentale, nel triennio la maggioranza dei dipendenti beneficiari è stato rappresentato dalle donne e il tasso di rientro a lavoro post congedo si è mantenuto elevato nel tempo.

Benefit Finanziari	2021			2022			2023		
	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Numero totale di dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale	368	149	517	482	175	657	472	188	660
Numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale e maternità/paternità obbligatoria	54	2	56	51	1	52	53	7	60
Percentuale di congedo	96%	4%	100%	98%	2%	100%	88%	12%	100%
Ore di congedo	37.174	504	37.678	32.370	24	32.394	31.952	320	32.271
Percentuale giorni di congedo	99%	1%	100%	100%	0%	100%	99%	1%	100%
Numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	47	1	48	43	1	44	41	7	48
Numero di dipendenti in servizio 12 mesi dopo l'aver usufruito del diritto al congedo parentale	37	1	38	37	1	38	32	1	33
Tasso di rientro al lavoro	87%	50%	86%	84%	100%	85%	77%	100%	80%
Tasso di fidelizzazione	79%	100%	79%	86%	100%	86%	78%	14%	69%

## 5.2 PROMOZIONE DELLO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE E DELLE PARI OPPORTUNITÀ

Attraiamo talenti che condividano gli stessi obiettivi e valori dell'Azienda fidelizzandoli attraverso l'offerta di percorsi di sviluppo che consolidino e accrescano le loro conoscenze e competenze, ricorrendo a processi di valutazione delle performance equi che garantiscano pari opportunità nello sviluppo della carriera dei singoli.

GRI 3-3  
GRI 201-3  
GRI 404-1  
GRI 404-2  
GRI 404-3  
GRI 405-1  
GRI 405-2



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Aumento delle competenze digitali e dell'impiegabilità dei dipendenti
- Attivazione di un piano aziendale per garantire l'inclusione e le pari opportunità entro il 2025



All'interno dell'organizzazione, soprattutto nel mondo retail, ci poniamo l'obiettivo di dare l'opportunità alle persone di crescere, garantendo all'addetto vendite di poter diventare un giorno store manager.

### RETAIL ACADEMY

In tutte le organizzazioni retail nel mondo, stiamo creando dei percorsi di carriera che ci consentano di poter definire insieme ai nostri dipendenti quale possa essere il loro futuro di crescita all'interno dell'Azienda, identificando per loro opportunità interne e guidandoli nella crescita anche attraverso percorsi di feedback. Stiamo strutturando una Retail Academy, una scuola interna costituita da docenze interne ed esterne che, con attività e strumenti formativi ed informativi, permetta alle persone di acquisire tutte le competenze necessarie per crearsi una professionalità utile a gestire i nostri punti vendita. Ciò consente alle persone di essere più promuovibili all'interno dell'Azienda e di collocarsi in maniera più efficace sul mercato del lavoro. Chi passa in Venchi, ne esce con un bagaglio accresciuto e delle opportunità di carriera migliori in futuro.

La formazione del personale è per Venchi un aspetto cruciale poiché non si limita solo a fornire le competenze necessarie per svolgere specifiche mansioni, ma contribuisce anche a sviluppare il potenziale individuale, trasformando le risorse umane in veri e propri talenti. Questo processo di crescita non solo migliora la produttività e l'efficienza, ma favorisce anche l'innovazione. Inoltre, investire nella formazione significa valorizzare il capitale umano, elemento chiave per la sostenibilità a lungo termine di un'azienda.

Nel corso dell'anno abbiamo continuato a promuovere anche formazione su competenze digitali e di sviluppo delle soft skills. In continuità con il 2022, i dipendenti degli uffici sono stati coinvolti anche in un percorso formativo specifico sul tema della comunicazione efficace. Abbiamo proseguito con le attività di formazione linguistica, utili per la collaborazione internazionale, ma non solo: tali corsi ci hanno anche preparato in alcuni casi a dei percorsi di mobilità internazionale che permettono anche degli scambi di competenze all'interno dell'Azienda.

Nei primi mesi del 2023 abbiamo avviato programmi formativi per formare i nuovi capi, dando alle persone cresciute con noi gli strumenti necessari per gestire i loro team.

Di seguito riportiamo i dati relativi alla formazione erogata nel triennio 2021-2023, espressa in ore di formazione e numero di dipendenti coinvolti. Durante il 2023 sono state erogate 13.135 ore di formazione coinvolgendo la totalità dei nostri dipendenti. L'83% di queste ore di formazione è stato destinato agli operai (528) al fine di fornire loro tutte le informazioni riguardanti i processi di produzione e i prodotti commercializzati, le normative che devono essere rispettate per evitare eventuali episodi di infortuni sul lavoro e di contaminazione dei prodotti. Soprattutto in tema di sicurezza sono state aumentate le ore di formazione sia con docenti interni che esterni, a garanzia dello svolgimento delle attività secondo le disposizioni in materia di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro sancite dal D.Lgs. 81/2008 e del Regolamento CE 852/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio relativamente all'igiene dei prodotti alimentari.

Ore di formazione per genere e categoria	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Dirigenti	Ore	0	72	72	0	121	121	0	77	77
Quadri		100	67	167	141	59	200	185	50	235
Impiegati		295	312	607	1.091	382	1.472	1.104	784	1.888
Operai		2.562	1.128	3.690	5.465	2.301	7.766	8.044	2.892	10.936
<b>Totale</b>		<b>2.957</b>	<b>1.579</b>	<b>4.536</b>	<b>6.697</b>	<b>2.863</b>	<b>9.559</b>	<b>9.333</b>	<b>3.803</b>	<b>13.135</b>

Numero di dipendenti per genere e categoria	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Dirigenti	N°	0	2	2	0	5	5	0	7	7
Quadri		6	8	14	6	7	13	8	6	14
Impiegati		65	33	98	84	43	127	74	37	111
Operai		297	106	403	392	120	512	390	138	528
<b>Totale</b>		<b>368</b>	<b>149</b>	<b>517</b>	<b>482</b>	<b>175</b>	<b>657</b>	<b>472</b>	<b>188</b>	<b>660</b>

La nostra Azienda si impegna a garantire a tutti i dipendenti l'accesso ad attività formative. Infatti, nel 2023, delle 13.135 ore di formazione totali erogate, in media ogni dirigente ha ricevuto circa 11 ore di formazione, ogni quadro e impiegato circa 17 ore ed infine ogni operaio circa 20.

Numero di dipendenti per genere e categoria	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti	Ore	2.957	1.579	4.536	6.697	2.863	9.559	9.333	3.803	13.135
Numero totale di dipendenti	N°	368	149	517	482	175	657	472	188	660
Ore medie di formazione erogate ai dipendenti	Ore/N°	8,04	10,60	8,77	13,89	16,36	14,55	19,77	20,23	19,90
Numero totale di ore di formazione erogate ai dirigenti	Ore	0	72	72	0	121	121	0	77	77
Numero totale di dirigenti	N°	0	2	2	0	5	5	0	7	7
Ore medie di formazione erogate a dirigenti	Ore/N°	0,00	36,00	36,00	0,00	24,20	24,20	0,00	10,97	10,97
Numero totale di ore di formazione erogate a quadri	Ore	100	67	167	141	59	200	185	50	235
Numero totale di quadri	N°	6	8	14	6	7	13	8	6	14
Ore medie di formazione erogate a quadri	Ore/N°	16,67	8,38	11,93	23,50	8,43	15,38	23,13	8,25	16,78
Numero totale di ore di formazione erogate a impiegati	Ore	295	312	607	1.091	382	1.472	1.104	784	1.888
Numero totale di impiegati	N°	65	33	98	84	43	127	74	37	111
Ore medie di formazione erogate a impiegati	Ore/N°	4,54	9,45	6,19	12,98	8,87	11,59	14,91	21,20	17,01
Numero totale di ore di formazione erogate a operai	Ore	2.562	1.128	3.690	5.465	2.301	7.766	8.044	2.893	10.937
Numero totale di operai	N°	297	106	403	392	120	512	390	138	528
Ore medie di formazione erogate a operai	Ore/N°	8,63	10,64	9,16	13,94	19,18	15,17	20,63	20,96	20,71



La maggioranza delle ore di formazione erogate ai dipendenti nel triennio verte su tematiche inerenti normative, soft skills e formazione specialistica e tecnologica.

Ore di formazione per contenuto e categoria	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Formazione Soft skills</b>										
Dirigenti	Ore	0	72	72	0	120	120	0	4	4
Quadri		100	0	100	132	30	162	4	4	8
Impiegati		68	8	76	408	180	588	208	68	276
Operai		0	0	0	16	30	46	882	262	1.144
<b>Totale</b>		<b>168</b>	<b>80</b>	<b>248</b>	<b>556</b>	<b>360</b>	<b>916</b>	<b>1.094</b>	<b>338</b>	<b>1.432</b>
<b>Formazione Normativa</b>										
Dirigenti	Ore	0	0	0	0	0	0	0	71	71
Quadri		0	67	67	8	28	36	59	8	67
Impiegati		227	304	531	641	180	821	448	309	757
Operai		2.518	1.075	3.593	5.063	1.932	6.994	7.142	2.588	9.730
<b>Totale</b>		<b>2.745</b>	<b>1.446</b>	<b>4.191</b>	<b>5.711</b>	<b>2.140</b>	<b>7.850</b>	<b>7.649</b>	<b>2.976</b>	<b>10.625</b>
<b>Formazione Specialistica</b>										
Dirigenti	Ore	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri		0	0	0	0	0	0	120	36	156
Impiegati		0	0	0	0	0	0	429	398	827
Operai		44	53	97	387	340	726	20	43	63
<b>Totale</b>		<b>44</b>	<b>53</b>	<b>97</b>	<b>387</b>	<b>340</b>	<b>726</b>	<b>569</b>	<b>477</b>	<b>1.046</b>
<b>Formazione Tecnologica</b>										
Dirigenti	Ore	0	0	0	0	1	1	0	2	2
Quadri		0	0	0	2	1	3	2	2	4
Impiegati		0	0	0	42	22	64	19	9	28
Operai		0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Totale</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>44</b>	<b>24</b>	<b>67</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>34</b>

In corrispondenza alle ore di formazione, è possibile constatare che nel 2023 agli operai è stata fornita, oltre alla formazione normativa, anche formazione su soft skills; la formazione degli impiegati si è invece focalizzata su contenuti specialistici.

Numero di dipendenti per contenuto e categoria	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Numero dipendenti formati su Soft skills</b>										
<i>Dirigenti</i>	N°	0	1	1	0	4	4	0	1	1
<i>Quadri</i>		3	0	3	6	5	11	1	1	2
<i>Impiegati</i>		9	2	11	60	28	88	24	9	33
<i>Operai</i>		0	0	0	8	15	23	38	13	51
<b>Totale</b>		<b>12</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>74</b>	<b>52</b>	<b>126</b>	<b>63</b>	<b>24</b>	<b>87</b>
<b>Numero dipendenti formati su Normativa</b>										
<i>Dirigenti</i>	N°	0	0	0	0	0	0	0	7	7
<i>Quadri</i>		0	4	4	1	4	5	8	4	12
<i>Impiegati</i>		14	9	23	32	12	44	86	46	132
<i>Operai</i>		183	78	261	370	115	485	661	241	902
<b>Totale</b>		<b>14</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	<b>16</b>	<b>49</b>	<b>755</b>	<b>298</b>	<b>1.053</b>
<b>Numero dipendenti formazione Specialistica</b>										
<i>Dirigenti</i>	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Quadri</i>		0	0	0	0	0	0	6	3	9
<i>Impiegati</i>		0	0	0	0	0	0	30	25	55
<i>Operai</i>		8	10	18	130	82	212	1	1	2
<b>Totale</b>		<b>8</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>130</b>	<b>82</b>	<b>212</b>	<b>37</b>	<b>29</b>	<b>66</b>
<b>Numero dipendenti formazione Tecnologica</b>										
<i>Dirigenti</i>	N°	0	0	0	0	2	2	0	7	7
<i>Quadri</i>		0	0	0	3	2	5	8	6	14
<i>Impiegati</i>		0	0	0	84	43	127	74	37	111
<i>Operai</i>		0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Totale</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>87</b>	<b>47</b>	<b>134</b>	<b>82</b>	<b>50</b>	<b>132</b>

Oltre alla mobilità esterna incentivata dai corsi di lingua, offriamo ai dipendenti possibilità di mobilità interna, in casi di spostamento di figure professionali da un reparto all'altro per esigenze aziendali o predisposizione della persona ad altre mansioni. In questi casi sono previsti percorsi di formazione interna supportati da RSPP, operatori o supervisor che assistono il personale nel loro percorso di transizione.

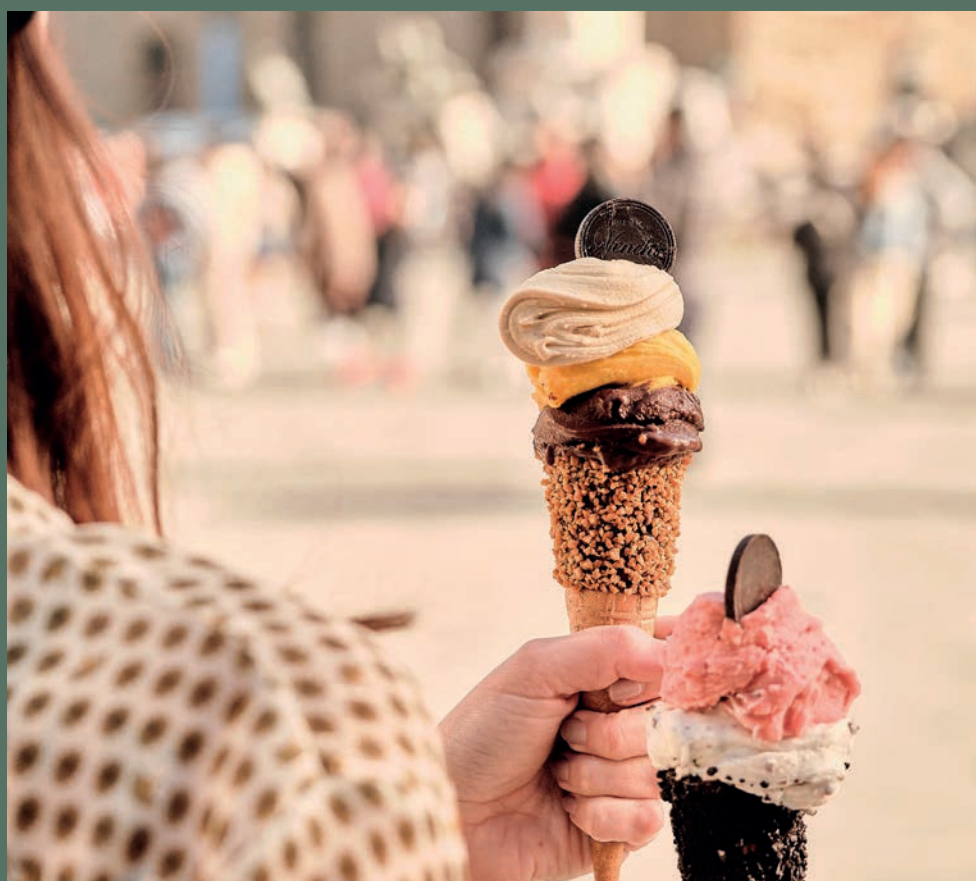
Tutti i nostri dipendenti ricevono in diversa misura una periodica valutazione delle loro performance: nel mondo degli uffici tutti i dipendenti ricevono una valutazione annuale; nel mondo dei negozi tutti gli store manager e i vice vengono valutati due volte all'anno; nel reparto produzione, invece, non è presente un meccanismo formale di valutazione.

Percentuale di dipendenti che hanno ricevuto valutazioni sui risultati e sullo sviluppo della carriera	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<i>Dirigenti</i>	%	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	0,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
<i>Quadri</i>		100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
<i>Impiegati</i>		100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>	100,0%	100,0%	<b>100,0%</b>
<i>Operai</i>		22,2%	24,5%	<b>22,8%</b>	18,1%	24,2%	<b>19,5%</b>	13,3%	17,4%	<b>14,4%</b>
<b>Totale</b>		<b>37,2%</b>	<b>46,3%</b>	<b>39,8%</b>	<b>33,4%</b>	<b>48,0%</b>	<b>37,3%</b>	<b>28,4%</b>	<b>39,4%</b>	<b>31,5%</b>

In tema di pari opportunità, possiamo affermare che la nostra forza lavoro è rappresentata in maggioranza da donne. Nel 2023, sul totale di dipendenti in Italia, il 72% è donna. Inoltre, rispetto al 2021, il numero di dipendenti di sesso femminile è aumentato del +28%.



IL 72%  
DEI NOSTRI  
DIPENDENTI  
È DONNA



Tenendo conto della posizione lavorativa, la maggioranza delle donne sul totale trova espressione nelle posizioni di impiegato (67%) e operaio (74%), mentre è ancora scarsa la presenza tra i dirigenti e l'organo di governo.

Componenti degli organi di governo (head count)	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Fino a 30 anni	N°	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
oltre 30 anni fino a 50 anni		1	1	<b>2</b>	1	1	<b>2</b>	0	1	<b>1</b>
Oltre 50 anni		0	7	<b>7</b>	0	7	<b>7</b>	1	7	<b>8</b>
<b>Totale</b>		<b>1</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
Fino a 30 anni	%	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>	0,0%	0,0%	<b>0,0%</b>
oltre 30 anni fino a 50 anni		100,0%	12,5%	<b>22,2%</b>	100,0%	12,5%	<b>22,2%</b>	0,0%	12,5%	<b>11,1%</b>
Oltre 50 anni		0,0%	87,5%	<b>77,8%</b>	0,0%	87,5%	<b>77,8%</b>	100,0%	87,5%	<b>88,9%</b>
<b>Totale</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Quanto all'età media dei dipendenti, invece, possiamo constatare che i dirigenti hanno un'età media tra i 30 e i 50 anni così come anche il 79% dei quadri, il cui restante 21% ha un'età di oltre 50 anni. L'età media tende ad abbassarsi nelle posizioni di impiegati e operai, dove la maggioranza dei dipendenti è under 30, attestandosi rispettivamente al 51% e al 55%.

Dipendenti (head count)	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Dirigenti</b>	N°	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
Fino a 30 anni		0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>	0	0	<b>0</b>
oltre 30 anni fino a 50 anni		0	2	<b>2</b>	0	5	<b>5</b>	0	7	<b>7</b>
Oltre 50 anni		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Dirigenti</b>	%	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
età inferiore ai 30 anni		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
tra i 30 e i 50 anni		0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	100,0%
età superiore ai 50 anni		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Quadri in struttura</b>	N°	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>14</b>
Fino a 30 anni		0	0	0	0	0	0	0	0	0
oltre 30 anni fino a 50 anni		3	6	9	4	6	10	6	5	11
Oltre 50 anni		3	2	5	2	1	3	2	1	3
<b>Quadri in struttura</b>	%	<b>42,9%</b>	<b>57,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>46,2%</b>	<b>53,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>57,1%</b>	<b>42,9%</b>	<b>100,0%</b>
Fino a 30 anni		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
oltre 30 anni fino a 50 anni		50,0%	75,0%	64,3%	66,7%	85,7%	76,9%	75,0%	83,3%	78,6%
Oltre 50 anni		50,0%	25,0%	35,7%	33,3%	14,3%	23,1%	25,0%	16,7%	21,4%



Dipendenti (head count)	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Impiegati</b>	N°	<b>65</b>	<b>33</b>	<b>98</b>	<b>84</b>	<b>43</b>	<b>127</b>	<b>74</b>	<b>37</b>	<b>111</b>
Fino a 30 anni		36	10	46	48	24	72	44	13	57
oltre 30 anni fino a 50 anni		25	21	46	33	18	51	27	23	50
Oltre 50 anni		4	2	6	3	1	4	3	1	4
<b>Impiegati</b>	%	<b>66,3%</b>	<b>33,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>66,1%</b>	<b>33,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>66,7%</b>	<b>33,3%</b>	<b>100,0%</b>
Fino a 30 anni		55,4%	30,3%	46,9%	57,1%	55,8%	56,7%	59,5%	35,1%	51,4%
oltre 30 anni fino a 50 anni		38,5%	63,6%	46,9%	39,3%	41,9%	40,2%	36,5%	62,2%	45,0%
Oltre 50 anni		6,2%	6,1%	6,1%	3,6%	2,3%	3,1%	4,1%	2,7%	3,6%
<b>Operai</b>	N°	<b>297</b>	<b>106</b>	<b>403</b>	<b>392</b>	<b>120</b>	<b>512</b>	<b>390</b>	<b>138</b>	<b>528</b>
Fino a 30 anni		137	56	193	220	61	281	215	75	290
oltre 30 anni fino a 50 anni		127	42	169	142	52	194	146	56	202
Oltre 50 anni		33	8	41	30	7	37	29	7	36
<b>Operai</b>	%	<b>73,7%</b>	<b>26,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>76,6%</b>	<b>23,4%</b>	<b>100,0%</b>	<b>73,9%</b>	<b>26,1%</b>	<b>100,0%</b>
Fino a 30 anni		46,1%	52,8%	47,9%	56,1%	50,8%	54,9%	55,1%	54,3%	54,9%
oltre 30 anni fino a 50 anni		42,8%	39,6%	41,9%	36,2%	43,3%	37,9%	37,4%	40,6%	38,3%
Oltre 50 anni		11,1%	7,5%	10,2%	7,7%	5,8%	7,2%	7,4%	5,1%	6,8%
<b>Totale</b>	N°	<b>368</b>	<b>149</b>	<b>517</b>	<b>482</b>	<b>175</b>	<b>657</b>	<b>472</b>	<b>188</b>	<b>660</b>
<b>Totale</b>	%	<b>71,2%</b>	<b>28,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>73,4%</b>	<b>26,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>71,5%</b>	<b>28,5%</b>	<b>100,0%</b>

La percentuale di dipendenti con disabilità o appartenenti a categorie protette è molto contenuta, aggirandosi nel 2023 intorno al 2,7%.

Dipendenti (head count)	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
<b>Dirigenti con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Percentuale Dirigenti con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Quadri in struttura con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Percentuale quadri in struttura con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Quadri non in struttura con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Percentuale quadri non in struttura con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Impiegati con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	N°	0	0	0	1	0	1	0	0	0
<b>Percentuale impiegati con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Operai con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	N°	5	3	8	4	2	6	8	6	14
<b>Percentuale Operai con disabilità o appartenenti a categorie protette</b>	%	1,7%	2,8%	2,0%	1,0%	1,7%	1,2%	2,1%	4,3%	2,7%
<b>Totale</b>	N°	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>14</b>
<b>Totale dipendenti con disabilità su totale dipendenti</b>	%	<b>1,4%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,7%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,1%</b>

In considerazione delle politiche retributive, garantiamo una parità di salario base tra donne e uomini per tutte le categorie di dipendenti. Nelle tabelle di seguito riportiamo il rapporto dello stipendio base e della retribuzione media delle donne rispetto agli uomini distinta per categoria di contrattazione (CCNL Industria e CCNL Commercio) e per categoria di dipendente.

CCNL INDUSTRIA	Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti		u.m.	2021	2022	2023
	Dirigenti	%		100	100	100
	Quadri			100	100	100
	Impiegati			100	100	100
	Operai			<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Rapporto della retribuzione media delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti		u.m.	2021	2022	2023	
Dirigenti	%		0	0	0	
Quadri			78	90	93	
Impiegati			96	92	90	
Operai			<b>99</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	

CCNL COMMERCIO	Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti		u.m.	2021	2022	2023
	Dirigenti	%		100	100	100
	Quadri			100	100	100
	Impiegati			100	100	100
	Operai			<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Rapporto della retribuzione media delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti		u.m.	2021	2022	2023	
Dirigenti	%		0	0	0	
Quadri			79	88	89	
Impiegati			81	82	88	
Operai			<b>103</b>	<b>101</b>	<b>102</b>	

Infine, quanto al salario contribuito dal dipendente e dal datore di lavoro, la percentuale si attesta al 7% rispetto al totale.

Salario contribuito * solo Italia	u.m.	2021	2022	2023
Salario totale (inteso come accantonamenti fondo pensione-tfr)		777.573	950.154	1.100.359
Salario contribuito dal dipendente	€	24.966	31.391	40.393
Salario contribuito dal datore di lavoro		25.358	33.317	41.298
Percentuale del salario contribuita	%	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>

## 5.3 SALUTE E SICUREZZA NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS

*Puntiamo a creare un ambiente di lavoro che assicuri e tuteli il diritto alla salute e all'integrità fisica e psicologica dei lavoratori, adottando un approccio di miglioramento continuo sui sistemi di salute e sicurezza sul lavoro attraverso l'adesione ai più elevati standard di settore applicabili*

GRI 3-3  
GRI 403-1  
GRI 403-4  
GRI 403-6  
GRI 403-7  
GRI 403-8  
GRI 403-9  
GRI 403-10



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Attivazione di un'assicurazione sul blocco della produzione causato da infortuni o esposizione ad agenti patogeni entro il 2024
- Ottenimento della certificazione ISO 45001 entro il 2024



Abbiamo a cuore la salute dei nostri dipendenti e vogliamo garantire loro la sicurezza all'interno dei nostri stabilimenti. Pur registrando casi di infortunio in numero contenuto, disponiamo di uno specifico iter per la gestione degli infortuni registrati in negozio o nello stabilimento. Durante lo svolgimento delle attività lavorative è sempre presente un preposto al primo soccorso e, in caso di infortunio, l'addetto deve verificarne la gravità. Sarà poi compito dell'assistenza sanitaria valutare i giorni e lo stadio dell'infortunio, mentre il dipendente è chiamato ad inviare tutta la documentazione dell'infortunio allo store manager, il quale successivamente la inoltra al nostro ufficio personale. Venchi provvede ad effettuare la denuncia presso l'INAIL.

In Venchi ci adeguiamo agli standard di sicurezza dei territori nei quali operiamo attraverso una formazione dei dipendenti obbligatoria generale e specifica, interna ed esterna, sulle tematiche

inerenti salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

Disponiamo di un sistema di gestione interno di salute e sicurezza non certificato ma il nostro obiettivo è quello ottenere entro il 2024 un sistema di gestione certificato ISO 45001. L'attuale sistema di gestione, sottoposto ad audit interno, copre il 100% dei nostri dipendenti



OBBIETTIVO 2024



ISO 45001

Dipendenti coperti dal sistema	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Numero dipendenti coperti dal sistema	N°	368	149	517	482	175	657	472	188	660
Totale dipendenti		368	149	517	482	175	657	472	188	660
% dipendenti coperti dal sistema	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Quanto ai soggetti non dipendenti, essi risultano coperti dal sistema di gestione della salute e sicurezza previsto dall'Azienda con cui hanno il contratto di lavoro.

0

CASI DI DECESSI  
DI LAVORATORI  
NON DIPENDENTI

Verifichiamo regolarmente che la cooperativa che gestisce i nostri magazzini e parte del confezionamento sia in regola con la documentazione necessaria, come ad esempio gli attestati di frequentazione di corsi generali sulla salute e sicurezza, per garantire una prestazione del lavoro a norma di legge. Nel triennio 2021-2023 nessun infortunio sul lavoro o in itinere ha comportato il decesso dei lavoratori dipendenti ed il tasso di infortunio sul lavoro registrabile continua a decrescere.

Dipendenti	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Numero totale infortuni registrabili	N°	14	6	20	19	6	25	16	5	21
sul lavoro		10	5	15	13	5	18	12	2	14
in itinere		4	1	5	5	1	6	4	3	7
Infortunati in itinere	%	20,00%	5,00%	25,00%	20,00%	4,00%	24,00%	19,05%	14,29%	33,33%
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sul lavoro		0	0	0	0	0	0	0	0	0
in itinere		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) superiore ai sei mesi		0	0	0	1	1	2	0	0	0
sul lavoro		0	0	0	1	1	2	0	0	0
in itinere		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero totale di ore lavorate (totali in generale)	ore	452.651	206.609	659.260	655.024	276.940	931.964	704.321	301.246	1.005.567
Numero totale di ore lavorabili		625.981	269.919	895.900	773.951	311.260	1.085.211	841.680	340.535	1.182.215
Il tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	N°	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	N°	0,00	0,00	0,00	0,31	0,72	0,43	0,00	0,00	0,00
Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili	N°	4,42	4,84	4,55	3,97	3,61	3,86	3,41	1,33	2,78
Ore di assenza totali	N°	198.494	73.235	271.729	159.190	49.807	208.997	160.295	47.572	207.867
di cui ore di assenza per infortuni	N°	1.424	526	1.950	2.891	2.472	5.363	1.847	394	2.241



Dei 21 casi di infortunio occorsi durante l'anno sui dipendenti, si registra che il 67% sia stato causato da distorsioni, contusioni e traumi, il 14% da ferite lacerate contuse, il 19% da fratture ed infrazioni ossee.

Infortunio per tipologia	u.m.	2021			2022			2023		
		Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.	Donne	Uomini	Tot.
Distorsioni, contusioni e traumi	N°	9	3	12	13	3	16	11	3	14
Ferite lacerate contuse		3	3	6	2	1	3	2	1	3
Fratture ed infrazioni ossee		1	0	1	3	2	5	3	1	4
Altre cause		1	0	1	1	0	1	0	0	0
<b>Totale</b>		<b>14</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>21</b>

Ore di assenza per tipologia	u.m.	2021	2022	2023
Infortuni	N° ORE	1.950	5.363	2.241
Malattie		26.619	40.780	38.377
Congedi (maternità - parentali)		37.678	32.394	32.271
Altro (include ferie e altri permessi)		205.482	130.460	134.978
<b>Totale</b>		<b>271.729</b>	<b>208.997</b>	<b>207.867</b>
Infortuni	%	0,7%	2,6%	1,1%
Malattie		9,8%	19,5%	18,5%
Congedi (maternità - parentali)		13,9%	15,5%	15,5%
Altro (include ferie e altri permessi)		75,6%	62,4%	64,9%
<b>Totale</b>		<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Gli infortuni verificatisi nel triennio hanno comportato un periodo di assenza molto contenuto, rappresentato nel 2023 solamente dall' 1,1% di ore di assenza rispetto al totale. Sempre durante il triennio, nessun caso di malattia professionale causato dall'esposizione a pericoli sul luogo di lavoro è stato registrato tra tutti i nostri dipendenti.

Con i nostri dipendenti attuiamo una periodica consultazione sui temi di salute e sicurezza attraverso diverse modalità: oltre all'attività di formazione intensiva durante la quale poniamo agli stessi domande specifiche, ai dipendenti diamo la possibilità di scrivere idee, proposte e preoccupazioni su salute e sicurezza e lasciarle all'interno di un box posto all'uscita dello stabilimento.

Promuoviamo la salute dei dipendenti attraverso varie iniziative: attraverso l'accesso alla nostra piattaforma welfare, diamo ai dipendenti la possibilità di convertire il premio aziendale in spese per prestazioni sanitarie in strutture specifiche registrate. È inoltre fornita l'assicurazione sanitaria prevista dal CCNL, attraverso la quale è possibile agevolare rimborsi fatture in determinate strutture sanitarie, oltre ad un'assicurazione sanitaria integrativa a quella prevista dal CCNL per determinate categorie di persone.

**0**  
**CASI DI MALATTIE  
 PROFESSIONALI  
 TRA DIPENDENTI E  
 LAVORATORI  
 ESTERNI**

Per garantire la sicurezza della forza lavoro dal punto di vista igienico, da quest'anno le divise del personale di produzione di stabilimento sono lavate e sanificate da lavanderie industriali certificate.

A supporto della prevenzione di impatti negativi in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati alle attività operative viene attuato un intensivo processo di controllo delle materie prime in ingresso. Ogni materia che entra nei nostri stabilimenti riceve un controllo visivo per valutarne l'integrità. Successivamente vengono effettuati campionamenti specifici delle materie prime, le quali vengono sottoposte ad un'analisi chimica nei laboratori.

Pur non avendo mai registrato casi rilevanti che abbiano comportato un blocco duraturo della produzione, soprattutto grazie alla nostra reattività nelle azioni di sanificazione, stiamo ora avviando un iter per attivare un'assicurazione per casi estremi che inducano al blocco della produzione (es. non solo infortuni, ma anche rischi di contaminazione da salmonellosi). Al fine di ridurre al minimo eventuali accadimenti negativi, non solo adottiamo un approccio preventivo ma studiamo e teniamo in considerazione anche ciò che viene fatto dai nostri peer di settore operanti in Italia.

## 5.4 SVILUPPO DEL TERRITORIO E DELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ

Puntiamo a consolidare le relazioni con le comunità con cui l'Azienda entra in contatto, attraverso investimenti strategici e fornitura di mezzi di sussistenza che garantiscano la crescita socio-economica del territorio e il miglioramento della qualità di vita delle stesse



GRI 3-3  
GRI 201-1  
GRI 201-4  
GRI 203-1

Attraverso il nostro costante sviluppo, siamo un'Azienda che contribuisce direttamente e indirettamente alla crescita del Paese.

Nel triennio 2021-2023 la nostra Azienda è cresciuta passando da 517 a 660 dipendenti, dando così occupazione a nuove persone all'interno dello stabilimento di Castelletto Stura, degli uffici di Milano e dei vari negozi presenti su tutto il territorio nazionale.

L'ampliamento del nostro business nel triennio di riferimento ha permesso a noi di Venchi di generare impatti positivi diretti sul nostro Paese, non solo in termini di occupazione, visto l'accrescimento della forza lavoro, ma anche in termini di generazione di nuovi redditi da lavoro.

Questo, inoltre, ha anche permesso di rafforzare le nostre relazioni con i fornitori tanto da promuovere anche interventi di ampliamento delle loro strutture.

Per continuare a generare impatti positivi sul territorio nazionale, non solo a livello economico, ma anche a livello sociale, ci siamo impegnati nel rafforzare le relazioni con la comunità con cui ci interfacciamo. È per questo motivo che noi di Venchi promuoviamo iniziative benefiche a supporto di differenti associazioni operanti sul territorio. Regaliamo cioccolata ad associazioni benefiche e a scuole del territorio ed

**CONTRASTIAMO  
LO SPRECO  
ALIMENTARE**

eroghiamo costantemente delle donazioni liberali a varie società di beneficenza. Cerchiamo inoltre di attuare iniziative di contrasto allo spreco alimentare e sosteniamo le comunità meno agiate partecipando a progetti di ONLUS come "Pane al Pane", associazione alla quale doniamo ogni anno i nostri prodotti prossimi alla scadenza.

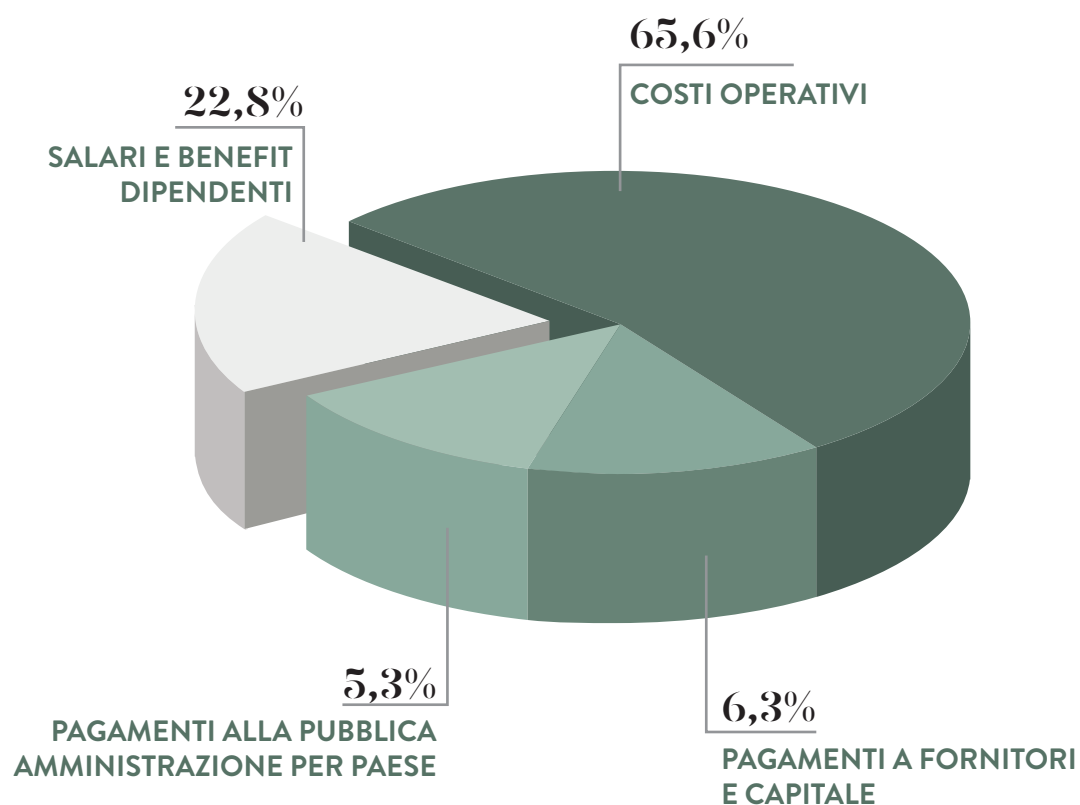
Infine, a partire da settembre 2023, Venchi si è impegnata in progetti di impegno sociale in Italia a sostegno della ricerca e cura del cancro (AIRC). Le iniziative ed i progetti avviati in collaborazione con l'associazione hanno favorito il finanziamento di una borsa di studio assegnata a un giovane ricercatore per trovare nuove cure contro i tumori.

Le nostre attività generano un impatto economico prevalentemente in Italia, poiché è qui che concentriamo la nostra produzione, mentre nel resto del mondo disponiamo di soli punti vendita

e distribuzione. Distribuiamo ai nostri stakeholder circa il 91% della ricchezza da noi prodotta durante l'anno. Del distribuito, il 65,6% è stato dato sotto forma di costi operativi per pagamenti esterni all'organizzazione, il 22,8% sotto forma di salari e benefit distribuiti ai nostri dipendenti, rispettivamente il 6,3% e il 5,3% sotto forma di pagamenti ai fornitori di capitale e alla Pubblica Amministrazione e lo 0,03% sotto forma di investimenti nelle comunità.



EVG&D	u.m.	2021	2022	2023
Ricavi	N°	79.887.408	114.217.559	133.326.540
Costi operativi		58.382.876	79.169.602	85.303.702
Salari e benefit dei dipendenti		17.842.823	24.959.719	29.635.481
Pagamenti a fornitori di capitale		4.393.257	5.222.830	8.249.084
Pagamenti alla Pubblica Amministrazione per Paese		355.184	2.894.669	6.845.003
Investimenti nelle comunità		22.547	2.510	39.863
Altro valore economico distribuito (specificare)				
Valore economico distribuito		80.996.687	112.249.330	130.073.133
Valore economico direttamente generato - Valore economico distribuito		1.109.279	1.968.229	3.253.407





La nostra possibilità di continuare a generare impatti economici sul territorio in cui operiamo è strettamente correlata a quest'ultimo e uno dei fattori che potrebbe incidere negativamente sui nostri risultati finanziari è proprio il cambiamento climatico, con implicazioni principalmente sulla nostra catena del valore. Difatti, siamo strettamente legati alle risorse del terreno, soprattutto nella produzione che vede l'utilizzo delle nocciole IGP Piemonte delle Langhe ed è per questo motivo che in caso di catastrofi climatiche che portino come conseguenza una carenza di produzione delle nocciole, la nostra totale produzione potrebbe essere a rischio.

Dal punto di vista dell'assistenza finanziaria ricevuta dal Governo nel triennio 2021-2023 abbiamo effettuato diverse attività di credito di imposta in pubblicità, formazione, ricerca e sviluppo. Per quanto riguarda le sovvenzioni per gli investimenti, abbiamo sempre partecipato a progetti vari attingendo a fondi europei o italiani (come il PON FESR nel 2020 per l'efficientamento energetico), ad altri fondi con progetti SIMEST in innovazione tecnologica, o a fondi con il Ministero dello Sviluppo Economico per progetti di innovazione e ricerca e sviluppo. Il valore monetario dell'assistenza finanziaria ricevuta dal governo nell'anno ammonta a 1.048.142 €. La differenza con l'anno precedente è dovuta al fatto che nel 2022 si è concluso un progetto legato ai bandi di innovazione del MISE.

Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	u.m.	2021	2022	2023
Sgravi fiscali e crediti d'imposta	€	807.174	561.420	415.015
Sovvenzioni per investimenti o ricerca e sviluppo e altri tipi di sovvenzioni pertinenti		798.761	3.150.130	633.126
<b>Totale</b>		<b>1.605.935</b>	<b>3.711.550</b>	<b>1.048.142</b>

Nello specifico, tra gli sgravi fiscali e crediti di imposta rientrano:

- Credito d'imposta R&S (anni 2021-2022);
- Credito d'imposta pubblicità (anno 2021);
- Credito d'imposta Industria 4.0 (anni 2021-2023);
- Credito d'imposta "Decreto Sostegni" (per il 2021, contributo Covid-19);
- Credito d'imposta imprese non gasivore/energivore (anno 2022-2023);
- Credito d'imposta beni strumentali (anni 2021-2023).

Tra le sovvenzioni per investimenti, invece, sono inclusi:

- Finanziamento agevolato Finpiemonte, progetto "POR FESR efficienza energetica" (anni 2021-2022): nel nostro stabilimento di Castelletto Stura è stato sostituito tutto l'impianto di illuminazione attraverso luci a LED, sono stati installati nuovi pannelli fotovoltaici e sono stati sostituiti alcuni gruppi frigo a ridotto consumo energetico;
- Finanziamento agevolato in progetti Simest per lo sviluppo del business all'estero, l'apertura del sito e-commerce in USA e l'apertura dei primi "shop in shop" in UK e Cina (anni 2021-2022);
- Finanziamento agevolato e contributo a fondo perduto per i bandi di innovazione MISE (anni 2021-2023);
- Tariffa incentivante RID impianto fotovoltaico (anni 2021-2023);
- "Certificati bianchi" cogeneratore (anni 2021-2023);
- Fondo nuove competenze (anno 2022): contributi per i corsi di formazione dipendenti;
- Corsi di formazione finanziati da Fondimpresa (anni 2021-2022): contributi per corsi di formazione dipendenti;

## LA PARTECIPAZIONE AI BANDI DI INNOVAZIONE MISE

Nel triennio Venchi ha partecipato a tre bandi relativi al Fondo per la crescita sostenibile. Il primo bando di partecipazione ha avuto il titolo: “Studio, sviluppo, progettazione e implementazione di una linea altamente innovativa di prodotti “food-tech” ecosostenibili a base di cioccolato dotati di un packaging attivo di nuova generazione, sviluppato e messo a punto appositamente ad alta aspettativa di shelf-life e finalizzato anche al miglioramento del benessere del consumatore”. Il progetto ha avuto durata da luglio 2019 a giugno 2022.

Il secondo bando di partecipazione ha invece il titolo: “Studio, sviluppo, progettazione e implementazione di una struttura tecnologica innovativa basata su moderne tecnologie in Cloud che permetta di digitalizzare i processi di finanza e controllo, la supply chain e creare una relazione più stretta e omnicanale con il consumatore Venchi – D2C. Il tutto generando anche un sistema di analisi dati che permetta di analizzare e prevedere le vendite”. Il progetto è stato sviluppato nel triennio febbraio 2020 - febbraio 2023.

Infine, il terzo bando di partecipazione ha il titolo: “Studio, sviluppo, progettazione e implementazione di una piattaforma prototipale integrata e automatizzata per la produzione di prodotti “Vegan”, no animal ingredient products”, innovativi, eco-sostenibili, riciclabili e qualificati per la nuova frozen supply chain aziendale”. Il progetto è stato avviato a metà 2022 ed è tutt’ora in corso.

Infine, anche a livello infrastrutturale e dello sviluppo, ci impegniamo a ridurre al minimo gli impatti negativi. Infatti, in Italia il nostro stabilimento per la produzione è collocato in un’area circoscritta, mentre l’ufficio di Milano ed altre strutture sono di proprietà di terzi. Negli altri Paesi, invece, limitiamo la nostra attività alla distribuzione dei prodotti senza invadere il territorio con impianti infrastrutturali.

In riferimento allo stabilimento di Castelletto Stura è stato messo a disposizione di tutta la comunità locale colonnine di ricarica per auto elettriche. Nello stesso comune a fine 2023 abbiamo iniziato i lavori per lo sviluppo di un impianto di depurazione in collaborazione con ACDA S.p.A. (Azienda Cuneese dell’Acqua) finalizzato a migliorare la gestione delle acque reflue locali. Il progetto verrà poi concluso ed avviato nel corso del 2024.

06



# LA FILIERA RESPONSABILE

## 6.1 TUTELA DEI DIRITTI UMANI LUNGO LA VALUE CHAIN

Rispettiamo e proteggiamo i diritti umani lungo tutta la catena del valore dell'Azienda, promuovendo e adottando politiche contrarie a tutte le forme di schiavitù, violenza e discriminazione in linea con gli standard di riferimento a livello internazionale e valorizzando gli elementi di diversità (età, genere, orientamento sessuale, disabilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose).



In Venchi proponiamo una cultura inclusiva priva di distinzioni di genere, orientamento religioso o provenienza geografica, garantendo a tutti pari opportunità nell'accesso al lavoro.

Per contrastare eventuali episodi discriminatori, abbiamo adottato una procedura di whistleblowing sia all'interno che all'esterno dei luoghi di lavoro con lo scopo di garantire ai soggetti direttamente o indirettamente legati a Venchi di segnalare comportamenti illeciti, commissivi o omissivi che possano costituire una violazione o un'induzione a violazioni di principi e valori sanciti dal Gruppo.

A conferma del nostro impegno contro la discriminazione, nel triennio 2021-2023 non è stato registrato alcun episodio discriminatorio per sesso, colore, razza, opinione politica, religione o origine sociale all'interno delle nostre strutture.

Utilizzando materie prime cosiddette coloniali, il cacao su tutte, risulta per noi fondamentale salvaguardare le condizioni minime di benessere dei lavoratori impiegati in quanto, in assenza di tutela, è elevato il rischio che si incorra in condizioni di sfruttamento.

Applichiamo clausole di tutela del lavoro in ogni contratto

stipulato con l'obbligo di accettazione, pena l'annullamento, e richiediamo l'ottemperanza da parte del fornitore di quanto previsto nel disciplinare etico aziendale, considerato parte integrante di ogni azione di compravendita o fornitura di servizi.

In aggiunta alle azioni di vigilanza sull'operato interno e dei nostri partner, riteniamo sia eticamente necessario supportare il miglioramento delle condizioni socioeconomiche delle aree dove agiamo in modo diretto: la qualità del prodotto non può prescindere dalla qualità di vita di ogni soggetto che lavora quotidianamente per noi di Venchi. Inoltre, vogliamo mantenere un sistema di governance allineato alle migliori pratiche ed integrato ai profili della sostenibilità. Proprio per questo, nel corso del 2023 abbiamo aggiornato il nostro Codice Etico e condiviso con i nostri fornitori.



In Venchi, rispettiamo e siamo in linea con le normative a tutela dei diritti umani di tutti i Paesi nei quali operiamo e ci affidiamo costantemente al confronto con consulenti legali per valutare eventuali adattamenti nel rapporto con i lavoratori a seguito di possibili modifiche delle normative locali. In ambito remunerazione, in tutti i Paesi in cui operiamo i nostri dipendenti vengono sempre pagati regolarmente e oltre i livelli minimi di retribuzione imposti dalla legge.

A differenza dei Paesi al di fuori dell'Italia, dove non risultano presenti forme di associazione organizzata, nello stabilimento di Castelletto Stura risultano presenti Rappresentanze Sindacali Unitarie (RSU) regolarmente votate e coinvolte, le quali assumono un ruolo di supporto e prima tutela nella risoluzione di eventuali contrasti con i lavoratori. Nonostante questa tutela aggiuntiva, in generale abbiamo buoni rapporti con tutta la rete sindacale.

**0**  
EPISODI DI  
DISCRIMINAZIONE  
NEL TRIENNIO  
2021/2022/2023



## 6.2 INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO NEL SETTORE

Contribuiamo alla trasformazione digitale e tecnologica del territorio e del settore alimentare, favorendo l'adozione di nuove tecnologie digitali nell'ambito dei processi aziendali e offrendo prodotti che siano concepiti in maniera innovativa, al fine di rispondere efficacemente ai cambiamenti del contesto esterno e delle esigenze dei consumatori.

GRI 3-3



Il nostro approccio all'innovazione segue una duplice strada: da un lato puntiamo ad un rinnovamento dei nostri strumenti digitali; dall'altro ci poniamo l'obiettivo di rinnovare i processi all'interno dei nostri stabilimenti puntando all'industria 4.0.

### INNOVAZIONE DIGITALE

Abbiamo molto a cura il tema della digitalizzazione e valutiamo costantemente come poterla integrare nelle nostre dinamiche lavorative. A prova di ciò, stiamo procedendo ad un percorso di internalizzazione dei processi digitali assumendo personale IT dedicato allo sviluppo di nuove applicazioni.

A livello di rete aziendale, negli ultimi anni abbiamo sviluppato un sistema gestionale aziendale valido per tutto il Gruppo realizzato attraverso sistemi cloud. Tale piattaforma ci garantisce una maggiore efficienza nei processi aziendali che, pur non essendo direttamente legati alla produzione, contribuiscono a tutte le attività ad essa correlate, come ad esempio la pianificazione e la programmazione delle operazioni.

Nel 2023 abbiamo avviato un importante progetto di HR digital transformation denominato "Chocopeople": una piattaforma digitale unica a livello di gruppo per la gestione delle anagrafiche dipendenti. Tale piattaforma è stata avviata in Europa a fine anno e verrà estesa nel resto del gruppo nel corso del 2024 con l'obiettivo di includere anche la gestione del performance management & compensation.

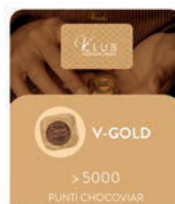
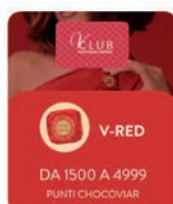
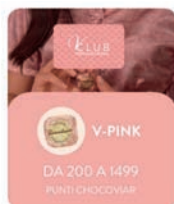
Anche il sistema interno di gestione delle note spese è stato totalmente digitalizzato permettendo così non soltanto una più facile e migliore operatività da parte del dipendente ma anche una forte riduzione di carta stampata.

I nostri dipendenti vengono costantemente aggiornati e sottoposti a training sull'utilizzo dei nuovi strumenti digitali, in particolare sull'utilizzo dei sistemi gestionali stessi, sulla cybersecurity e sui nuovi strumenti di Generative AI. Specialmente in merito all'intelligenza artificiale ci si è focalizzati nell'adozione in sicurezza di tali strumenti formando il personale aziendale sull'utilizzo per migliorare la produttività e/o creare nuove opportunità di vendita senza mettere a rischio la protezione dei dati.

Nel corso dell'anno sono stati anche istituiti i cosiddetti "Venchi Tech Talks", momenti in cui l'azienda ha parlato con i dipendenti di tutto il gruppo di innovazione tecnologica, sviluppo software, AI o proposto sessioni di training su specifici applicativi.

Abbiamo anche ammodernato l'architettura dei dati aziendali portandola su un moderno Data Lake e migliorando la disponibilità e la qualità dei dati rendendoli facilmente utilizzabili e visualizzabili in modalità interattiva al fine di creare report e dashboard.

Anche la piattaforma per la gestione clienti è stata notevolmente innovata. Abbiamo attivato un nuovo programma fedeltà, il V-Club, totalmente digitale e integrato con il wallet del proprio cellulare e/o dispositivo elettronico.



È stata implementata la “Venchi Customer Data Platform”: una piattaforma globale e unica per tutto il gruppo che ci consente di avere una visione completa e arricchita dei nostri clienti e offrire delle comunicazioni e/proposte commerciali dedicate.

Infine, è stata lanciata la nuova iniziativa “Venchi Store of the Future” con l’obiettivo di portare nuove tecnologie nei nostri negozi per migliorare l’esperienza del consumatore. Questa iniziativa è stata avviata nei negozi in USA e verrà estesa nelle altre geografie nel corso del 2024.

## INNOVAZIONE DI PROCESSO

Dal punto di vista dei processi, puntiamo all’automazione e alla digitalizzazione, utilizzando macchine integrate con il Manufacturing Execution System (MES) aziendale, sistema software che consente di monitorare, tracciare e documentare il processo di produzione dei beni, delle materie prime e dei prodotti finiti. Stiamo inoltre installando nuovi macchinari che permettono di migliorare il controllo dei prodotti lavorati attraverso sistemi di controllo peso e corpi estranei.

Nell’ultimo triennio è stato ampliato lo stabilimento produttivo per permettere l’installazione di nuove linee più efficienti dal punto di vista della produzione. Nel 2023 sono stati investiti 6,7 mln€ per l’acquisto di nuovi macchinari. Tra questi rientra l’ampliamento della linea di modellaggio numero due, che ha permesso di aumentare sia la capacità produttiva che il livello di efficienza del reparto, l’aumento di capacità degli stoccaggi di cioccolato liquido in esterno, l’introduzione di nuovi sistemi di visione per il controllo della pulizia degli stampi e l’implementazione di diversi nuovi formati di prodotto finto. Inoltre è stato collaudato il primo Robot antropomorfo su una linea di produzione.

L’innovazione di processo deve garantire un miglioramento della qualità del prodotto e una facilitazione dei processi produttivi. La sostituzione dei nostri macchinari con altri più innovativi ci ha consentito negli ultimi 5 anni di risparmiare energia consumata nella lavorazione dei nostri prodotti. Nelle nostre strutture puntiamo sempre di più all’”industria 4.0”, automatizzando i processi e realizzando flussi tesi dei nostri impianti. Con flussi tesi intendiamo la capacità di collegamento tra diverse linee produttive: in precedenza il nostro cioccolato veniva lavorato e sottoposto alle linee di modellaggio per poi essere posto negli stampi e successivamente trasportato in magazzini refrigeranti; nei giorni a seguire, il prodotto così conservato veniva condotto alle incartatrici. Abbiamo ora collegato le incartatrici ai modellatori: così facendo, i nostri cioccolatini vengono avviluppati subito dopo il modellaggio, evitando il rischio di un loro deperimento o eventuali versamenti a terra del composto, migliorando la qualità e l’efficienza in termini di lavoro manuale ed evitando lo spostamento del prodotto lavorato tra una linea e l’altra.

I macchinari sempre più innovativi consentono di ridurre il lavoro dell’operatore ma, soprattutto, di eliminare tutti quei lavori alienanti e ripetitivi causa anche di infortuni sul lavoro. Abbiamo posto sempre più attenzione all’ergonomia degli strumenti e delle attrezzature utilizzate dagli operatori, come ad esempio l’acquisto dei transpallet adattati automaticamente all’altezza degli operatori. Si punta inoltre alla riduzione del peso dei carichi. L’utilizzo di manipolatori in Azienda consente agli operatori di poter gestire carichi pesanti senza alcuno sforzo fisico, prevenendo sforzi eccessivi e conseguenti infortuni.

Al fine di realizzare uno sviluppo capacitivo presso lo stabilimento di Castelletto Stura, è stato inoltre deciso di procedere ad un processo di esternalizzazione della logistica attraverso l’identificazione di un partner esterno nella figura di DHL, operatore primario a livello globale nel settore e selezionato tenendo anche conto del proprio impegno sulle tematiche ESG.

Parlando di possibili impatti negativi derivanti dall’innovazione dei processi, possiamo affermare che essa non ha comportato licenziamenti della nostra forza lavoro, essendosi registrata una forte assunzione negli ultimi anni. Il rinnovamento della struttura dei processi ha anzi comportato impatti piuttosto positivi derivanti dalla riduzione delle operazioni manuali a basso valore aggiunto.

## 6.3 GESTIONE RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME E DELLA SUPPLY CHAIN

Promuoviamo un approccio responsabile nell'approvvigionamento delle materie prime, adottando principi di tracciabilità, trasparenza e sostenibilità lungo tutta la supply chain e richiedendo ai fornitori il rispetto del corpus normativo aziendale.



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Riduzione del trasporto aereo in fase di acquisto e vendita prodotti
- 100% di acquisti di cacao e derivati sotto la certificazione Rainforest



Spendiamo notevoli energie nella ricerca e nell'approvvigionamento delle materie prime che garantiscano una qualità superiore in termini organolettici e la tutela della salute del consumatore. Intendiamo tutelare e supportare la cultura e la tradizione agricola alla base della coltivazione e della produzione delle materie prime necessarie alla preparazione delle nostre ricette. Le conoscenze, la dedizione al lavoro e la genuinità tipiche della tradizione agricola classica risultano essere un patrimonio sempre più raro, e noi di Venchi vogliamo salvaguardare questa ricchezza da dinamiche di mercato e di prodotto spesso in contrasto con il rispetto della biodiversità, dei ritmi e delle risorse.

Le materie prime utilizzate rivestono un'importanza determinante sui risultati finali della produzione. Proprio per questo selezioniamo i fornitori delle materie prime sulla base delle garanzie di sistemi di autocontrollo certificati che essi possono fornire. Disponiamo di un registro costituito dalle "schede fornitori" ottenute dai risultati di questionari, indagini e audit condotti da personale interno specializzato.

Effettuiamo, inoltre, analisi e verifiche sui prodotti in arrivo così da garantire la loro freschezza e integrità.

Le materie prime sono scelte sulla base di criteri consolidati e strutturati che considerano:

- Le disposizioni dei capitolati;
- Le caratteristiche di lavorabilità;
- Il rapporto qualità-prezzo.

Abbiamo ad oggi diversi magazzini dislocati a Castelletto Stura, Robilante, Verzuolo e Borgo S. Giovanni (per lo stoccaggio del prodotto finito). Quest'ultimo magazzino, di proprietà di DHL, è alimentato da energia elettrica prodotta da fonti geotermiche. Anche il magazzino di Verzuolo, di proprietà di terzi è gestito dagli stessi, dedicato allo stoccaggio di nocciole, cioccolato e masse di cacao, è alimentato con energia da fonti rinnovabili.

I controlli sulla merce in arrivo in magazzino fanno capo a due diversi operatori: il responsabile di magazzino per quanto riguarda gli incarti e gli imballi e il responsabile qualità per l'accettazione delle materie prime alimentari.

Sugli approvvigionamenti delle materie prime sono condotte:

Valutazioni organolettiche (per verificare la qualità della merce e la determinazione preventiva di eventuali fenomeni di fermentazione e accrescimento microbico);

- Esami di integrità e idoneità delle confezioni, degli incarti e degli imballi;
- Controlli sulla scadenza, sul termine minimo di conservazione (TMC) e sulla data di produzione dei prodotti ricevuti;
- Controlli sulla conformità dell'ordine e le corrette temperature di trasporto (laddove previste);
- Controlli sull'eventuale contaminazione particellare da corpi estranei e/o pericolosi per la salute del consumatore.

Su ogni consegna del prodotto, al momento del ricevimento effettuiamo un monitoraggio di approvvigionamento testimoniato dalla compilazione della relativa scheda di controllo.

Il controllo qualità sulla merce in arrivo è registrato e prevede controlli organolettici e, in caso di dubbio, un successivo controllo analitico.

I prodotti in ingresso che non presentano le caratteristiche prestabilite con il fornitore non sono accettati nello stabilimento. Se non restituiti immediatamente al fornitore, tali merci vengono isolate dai lotti accettati e fatte ritirare nel più breve tempo possibile; esse sono inoltre contrassegnate in modo che non possano essere utilizzate per errore.

Lo stoccaggio delle materie prime avviene in locali e condizioni adatte alla tutela igienico sanitaria del prodotto a seconda della temperatura di conservazione.

Una corretta pianificazione delle commesse e gestione del magazzino secondo la tecnica First In First Out (F.I.F.O.) evita che le materie prime "invecchino" oltre il consentito. A tal proposito viene settimanalmente consegnato un programma di consumo ai responsabili di tutte le linee interessate.

Nella selezione delle risorse puntiamo a perseguire anche uno scopo etico: vogliamo essere promotori della ricerca di prodotti e zone agricole rappresentanti veri e propri tesori in termini di gusto e qualità organolettiche e al contempo supportiamo la creazione di condizioni di sviluppo che elevino il livello socioeconomico delle popolazioni, la qualità delle produzioni e delle zone di coltivazione d'interesse.

Nell'ambito delle materie prime, il cioccolato risulta essere la nostra principale risorsa, insieme alle fave e alle masse di cacao; mentre la nocciola risulta essere la nostra seconda materia prima più rilevante, tenendo conto del suo valore di acquisto e di impiego.

Acquistiamo cioccolato soprattutto dall'Africa occidentale tramite intermediari che si occupano della trasformazione da fava a cioccolato liquido e ci rivolgiamo anche ad altre geografie (Sud America, Papua Nuova Guinea, altre zone dell'Africa) tramite trader o cooperative. In tal caso, acquistiamo direttamente le fave o le masse di cacao e ci occupiamo internamente della lavorazione in cioccolato liquido.

Utilizziamo il cioccolato dell'Africa occidentale come base per le nostre ricette aggiungendo come "spezie" il cacao di altre origini. Lavoriamo sul gusto del prodotto finale e lo facciamo cercando di scegliere le migliori materie prime con il giusto blend di cioccolati.



L'importanza di una filiera del cioccolato sostenibile è fondamentale non solo per la qualità del prodotto finale, ma anche per l'impatto sociale ed ambientale che essa comporta. Una filiera sostenibile si concentra su pratiche etiche di produzione, che includono il rispetto per i lavoratori e per l'ambiente. Questo approccio garantisce che il cacao sia coltivato in modo tale da preservare la biodiversità e da migliorare le condizioni di vita delle comunità agricole. Proprio per questo ad aprile 2023 abbiamo ottenuto la prima certificazione Rainforest Alliance e puntiamo a coprire il 100% dei nostri acquisti di cacao sotto tale certificazione entro il 2025 pur considerando che la certificazione Rainforest non è il nostro obiettivo ultimo ma è soltanto l'inizio di un percorso verso una gestione delle materie prime sempre più sostenibile.

Sempre in questo contesto stiamo portando avanti da alcuni anni un progetto in stretta collaborazione con una ONG per lo sviluppo di una filiera sostenibile in Tanzania. L'obiettivo in questo caso è acquistare la vaniglia prodotta da questa filiera per i nostri fabbisogni non appena le piantagioni daranno i primi frutti.

Anche per le altre materie prime e a prescindere dalla certificazione Rainforest Alliance, prestiamo da sempre particolare attenzione al rispetto della sostenibilità e dell'eticità nel rapporto con i nostri fornitori, verificando costantemente il codice etico di questi ultimi, laddove disponibile.

Per quanto riguarda la nocciola, esclusivamente certificata Piemonte IGP, ci siamo strutturati maggiormente attraverso la formalizzazione di accordi e richieste di sostenibilità verso i vari attori della filiera, avviando una partnership con tutti gli intermediari che intervengono nel processo di approvvigionamento, quali gli sgusciatori e i produttori diretti di nocciole. Nell'ambito della filiera della nocciola, abbiamo ridotto l'impatto del trasporto di tale materia prima su gomma in fase di sgusciatura: in un primo momento, le nocciole raccolte in Piemonte venivano trasportate nel Lazio, dove venivano sottoposte alla sgusciatura presso un fornitore terzo, per poi ritornare in Piemonte. Ora, invece, ci siamo accordati con la cooperativa responsabile della raccolta affinché la sgusciatura delle nocciole venga effettuata presso un nostro sgusciatore di fiducia locale.

Nell'attività di sgusciatura abbiamo un contratto diretto con il fornitore che prevede l'adozione di tutte le procedure di sostenibilità che possono essere implementate nella gestione del consumo di risorse e di garanzia della loro provenienza da fonti di approvvigionamento sostenibile. In tale contesto, i nostri fornitori hanno ottenuto certificazioni in termini di qualità e sostenibilità degli impianti di trasformazione.





Con i produttori di nocciole, invece, abbiamo cercato di instaurare un rapporto pluriennale di approvvigionamento, creando affiliazione e sostegno soprattutto tra i piccoli produttori che contraddistinguono il contesto economico della nocciola Piemonte IGP, andando a privilegiare la qualità piuttosto che la quantità del raccolto. Qualità che viene annualmente premiata identificando il miglior produttore in base alla fornitura qualitativamente più alta delle nocciole ricevute. Abbiamo un accordo con le cooperative per il trasporto delle nocciole, il quale avviene tramite motrici alimentate con combustibili naturali e non fossili: la movimentazione delle nocciole avviene senza alcun utilizzo di combustibili fossili, dal luogo del produttore allo stabilimento degli sgusciatori e da questa sede al nostro stabilimento. In campagna, invece, ci assicuriamo che la produzione tecnica agricola non avvenga con l'uso di pesticidi o altri additivi chimici che possano contaminare il territorio.

Nella gestione di altre materie prime non disponiamo di particolari protocolli in termini di sostenibilità. Dal punto di vista della qualità, ci assicuriamo che il pistacchio utilizzato nella produzione dei nostri gelati venduti in tutto il mondo sia pistacchio verde di Bronte DOP.

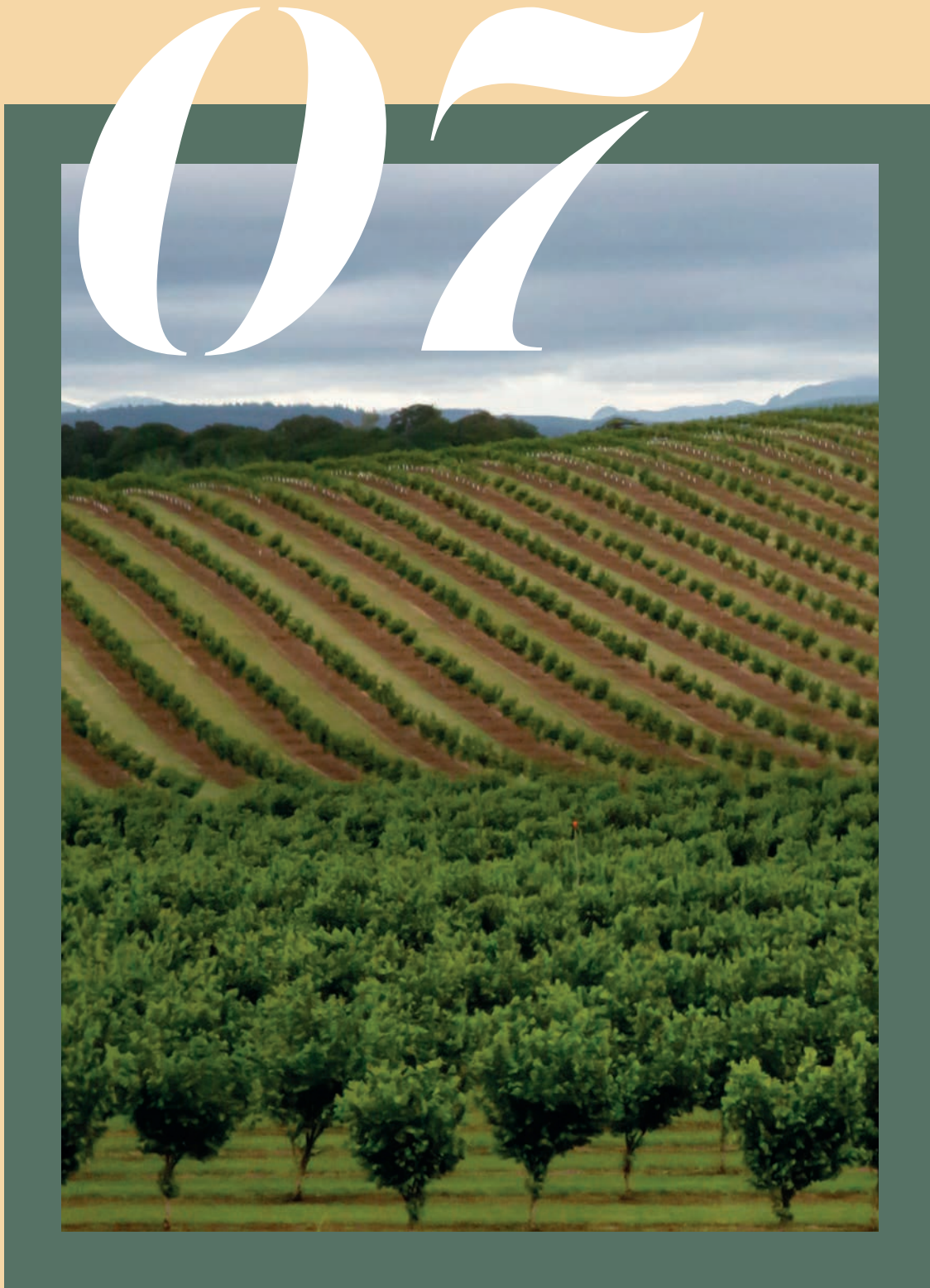
Tutta la frutta secca che compriamo proviene da aziende con filiera trasparente, prevedendo controlli sulla qualità per verificare le caratteristiche conformi ai capitoli da noi richiesti in fase di acquisto e verificando che siano state applicate tutte le regole di sostenibilità e eticità. Quanto allo zucchero, la sua provenienza è quasi interamente europea e viene prodotto senza sfruttamento delle foreste; l'unica eccezione è relativa allo zucchero di canna, di origine caraibica (Guatemala), ma anch'esso non proveniente da zone a rischio deforestazione.

Quanto al latte, in Italia, Francia e Germania selezioniamo sempre latte di alta qualità, così come negli altri Paesi effettuiamo una verifica sulla qualità in termini di schede tecniche. È tuttavia più difficile la gestione di questa risorsa, poiché soprattutto nel continente asiatico c'è più frammentazione degli approvvigionamenti di latte. Nonostante ciò, nella verifica delle schede tecniche ci basiamo sempre su parametri specifici quali-quantitativi per mantenere un elevato standard di prodotto: il latte da noi scelto deve avere una determinata quantità di grasso e di proteine, deve essere privo di addensanti o antibiotici e gradevole nella verifica qualitativa del gusto.

Tenendo conto degli eventuali impatti negativi, siamo consapevoli che eventi avversi possono impattare sulla nostra fornitura. Dal punto di vista del packaging, seguiamo una strategia preventiva di approvvigionamento dai fornitori: disponiamo di circa tre fornitori in Italia (che prevediamo di aumentare a quattro) dai quali ci riforniamo a rotazione, diversificando così il rischio di un'eventuale carenza di imballi. Difficilmente diamo il 100% della fornitura ad un singolo fornitore.

Per la nocciola, invece, non abbiamo mai riscontrato casi di una totale mancanza della nocciola IGP. Un'eventuale carenza nel raccolto può condurci ad un conseguente aumento dei prezzi di acquisto. In tali casi, Venchi, laddove possibile, subisce e assorbe il costo incrementale. I principali casi di avversità che possono condizionare la raccolta di nocciola sono la siccità, le gelate sulle gemme, la grandine e le eccessive nevicate che possono spezzare i rami dei noccioli.

Quanto al cioccolato, infine, nei nostri stabilimenti stiamo attuando analisi del rischio con azioni mitigatorie per avere dei processi di backup, oltre all'ampliamento dei nostri impianti di modellaggio con l'aggiunta di una nuova linea di modellaggio che si colleghi a quattro nuovi serbatoi collocati all'esterno e separati dagli altri impianti di modellaggio, così da "spezzare" il circuito per evitare che una contaminazione di un tank di cioccolato possa intaccare tutta la produzione e poterci consentire di rientrare in tempi brevi nella produzione.



# IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE

# 7.1 RISPETTO PER L'AMBIENTE NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS

Adottiamo politiche di gestione efficiente delle risorse energetiche e idriche e di valorizzazione dei materiali di scarto e dei rifiuti, garantendo la riduzione e mitigazione delle emissioni di gas a effetto serra in tutte le attività aziendali e lungo la catena di approvvigionamento



## TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Misurazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> entro il 2024
- Definizione di una decarbonization roadmap entro il 2026
- Compensazione delle emissioni tramite le Garanzie di Origine entro il 2026
- Riduzione dei rifiuti da prodotti in scadenza che non possono essere venduti ai mangimifici entro il 2025
- Installazione sistema BEMS stabilimento & progetto pilota per negozi entro il 2024
- Abbattimento dei consumi idrici di stabilimento di circa il 40% entro il 2024
- Finance paperless: ridurre il consumo di circa 100.000 fogli di carta A4 entro il 2024

GRI 3-3  
GRI 302-1  
GRI 302-3  
GRI 303-1  
GRI 303-3  
GRI 303-4  
GRI 303-5  
GRI 305-1  
GRI 305-2  
GRI 305-4  
GRI 306-3  
GRI 306-4  
GRI 306-5



In Venchi ci impegniamo nella gestione delle tematiche ambientali cercando di limitare le esternalità prodotte dalle nostre attività. Monitoriamo costantemente i nostri impatti dal punto di vista del consumo di energia e delle risorse idriche e nella produzione dei rifiuti, puntando al miglioramento continuo.

## ENERGIA

In Italia contiamo sulla presenza di 47 P.O.D (Point of Delivery) tra negozi, stabilimenti e uffici. Nel 2023, nel solo stabilimento di Castelletto Stura sono stati consumati circa 552.000 kW di energia elettrica, -33% di consumi rispetto all'anno precedente. Riusciamo a contenere i costi energetici in stabilimento in quanto disponiamo di un sistema di cogenerazione con potenzialità pari a 375 kW. A tal proposito, nel corso degli anni abbiamo intrapreso un percorso volto all'efficientamento energetico anche grazie all'installazione di numerosi pannelli fotovoltaici. Difatti, nel 2010 abbiamo installato circa 100 kW di pannelli fotovoltaici nello stabilimento, inserendone ulteriori da 200 kW nel 2020. Inoltre, nel 2023 sono stati completati due nuovi impianti fotovoltaici per la produzione interna di energia rinnovabile: il primo da 500 kWh per la sede produttiva di Castelletto Stura ed il secondo da 110 kW presso il sito di Robilante. Il totale di energia rinnovabile presente sulle coperture della Venchi, ora, sfiora i 1000 kW nominali.

In termini di consumi, nel 2023 sono stati consumati 32.837 GJ di combustibili provenienti esclusivamente da fonti non rinnovabili, in particolare da gas metano e gasolio, così come indicato in tabella.

Consumi di combustibili da fonte non rinnovabile	u.m.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	GJ	<b>29.115</b>	<b>30.430</b>	<b>32.837</b>
Gas metano		29.043	30.395	31.758
GPL		0	0	0
Gasolio		72	36	871
CNG		0	0	0
Petrol		0	0	208

I valori di gasolio e benzina sono stati stimati sulla base dei km percorsi dalle auto aziendali e per la conversione dei consumi in GJ è stato utilizzato il fattore Defra 2020 e Defra 2023. I dati sui consumi di gas metano dello stabilimento di Robilante sono ottenuti da stime nel calcolo e per la conversione dei consumi in GJ del 2023 è stato utilizzato il fattore Defra 2023.

Dal punto di vista dei consumi di energia, come mostra la tabella di seguito, i consumi di energia totali prodotti durante l'anno sono riconducibili esclusivamente all'energia elettrica e ammontano a 4.912.630 kWh, di cui 232.245 kWh provenienti da fonti rinnovabili attribuibili ai pannelli fotovoltaici da noi installati nel corso degli anni, tra cui il nuovo parco agrisolare installato nel 2023.

Consumi di energia	u.m.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	kWh	<b>3.978.783</b>	<b>5.136.608</b>	<b>4.912.630</b>
da fonti rinnovabili		134.430	201.410	232.245
da fonti non rinnovabili		3.844.353	4.935.198	4.680.385
<b>Energia elettrica</b>		3.978.783	5.136.608	4.912.630
da fonti rinnovabili		134.430	201.410	232.245
da fonti non rinnovabili		3.844.353	4.935.680	4.680.385

I consumi totali di energia relativi al triennio 2021-2023 sono imputabili principalmente agli stabilimenti di Castelletto Stura, Robilante, gli uffici della sede legale e, soprattutto, ai negozi attivi in Italia.

Perimetro	u.m.	2021	2022	2023
Castelletto Stura	kWh	348.631	830.000	552.470
Robilante		157.425	186.074	134.398
Negozi		3.330.000	3.910.000	3.982.366
Uffici Milano		8.297	9.124	11.151
<b>Totale</b>		<b>3.844.353</b>	<b>4.935.198</b>	<b>4.680.385</b>

I valori fanno riferimento alla sola energia acquistata dalla rete e non includono l'energia rinnovabile prodotta dai pannelli fotovoltaici

Il picco di consumi di energia nello stabilimento di Castelletto Stura nel corso del 2022 è dovuto ad un guasto del sistema di cogenerazione che ha costretto l'impianto a rimanere spento per oltre un mese.

In conformità a quanto richiesto dagli Standard GRI di riferimento, di seguito sono riportati i consumi di energia per tipologia espressi in GJ imputabili allo stabilimento di Castelletto Stura, al magazzino di Robilante e ai negozi attivi in Italia. Per la conversione in GJ è stato utilizzato il fattore Defra 2023.

Consumi di energia	u.m.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	GJ	14.324	18.492	17.685
da fonti rinnovabili		484	725	836
da fonti non rinnovabili		13.840	17.767	16.849
<b>Energia elettrica</b>		14.324	18.492	17.685
da fonti rinnovabili		484	725	836
da fonti non rinnovabili		13.840	17.767	16.849

Perimetro	u.m.	2021	2022	2023
Castelletto Stura	GJ	1.255	2.988	1.989
Robilante		567	670	484
Negozi		11.988	14.076	14.337
Uffici Milano		30	33	40
<b>Totale</b>		13.840	17.767	16.849

Nella tabella di seguito rappresentiamo invece i consumi energetici totali espressi in GJ, tenendo conto sia delle fonti rinnovabili che delle fonti non rinnovabili, per un valore pari a 50.522 GJ.

Consumi energetici totali	u.m.	2021	2022	2023
Consumi da fonti rinnovabili	GJ	484	725	836
Consumi da fonti non rinnovabili		42.955	48.197	49.686
<b>Consumi energetici totali</b>		43.439	48.922	50.522

Pur riscontrandosi nel triennio un aumento dei consumi di energia totali, con una maggioranza prodotta da fonti non rinnovabili, abbiamo registrato un aumento del 73% dell'utilizzo di fonti rinnovabili rispetto al 2021.

Inoltre, allo scopo di misurare il fabbisogno energetico elettrico annuo legato all'attività lavorativa di tutto il personale impiegato, viene calcolato di seguito l'indice di intensità energetica denominato "Consumo elettrico per personale", dato dal rapporto tra il totale dei consumi elettrici totali e il numero totale di dipendenti a tempo pieno. Nel 2023 tale rapporto si attesta a 127 (GJ/p).

Consumo elettrico per personale	u.m.	2021	2022	2023
Dipendenti totali a tempo pieno	p	325	401	397
Consumi energetici totali	GJ	43.439	48.922	50.522
<b>Rapporto di intensità energetica</b>	GJ/p	133,66	122,00	127,26

p=numero totale dipendenti a tempo pieno



Come anticipato in precedenza, i consumi maggiori di energia sono riconducibili all'energia elettrica, che viene utilizzata principalmente per mantenere i nostri locali ad una temperatura controllata tra i 16 e 18°C sia in estate che in inverno. A tal proposito disponiamo di 5 gruppi frigoriferi, di cui:

- 3 frigoriferi vengono utilizzati per il circuito dell'acqua glicolata a 2°C per L'Unità di Trattamento Aria (U.T.A) e raffrescamento interno;
- 1 frigorifero viene utilizzato per il mantenimento dell'acqua a 0°C dei modellatori;
- 1 gruppo frigo, installato nel 2017, viene adibito per il raffrescamento dei magazzini Lotto 1 e 2.

Anche nei negozi utilizziamo energia, sfruttata principalmente per alimentare i sistemi di refrigerazione quali i gruppi frigo gelato e gli impianti di refrigerazione del negozio e dei magazzini.

Stiamo ragionando su un continuous improvement sia in stabilimento che nei negozi per quanto riguarda la regolazione e la gestione dei sistemi di raffrescamento e raffreddamento. Nella seconda parte del 2023 è stato avviato il progetto di rifacimento della gestione di tutta la parte di monitoraggio e regolazione energetica delle aree di produzione e di stoccaggio a magazzino dello stabilimento. La nuova gestione si basa su un nuovo hardware controllato da un software di ultima generazione che sfrutta algoritmi predittivi finalizzato a ridurre ulteriormente i consumi degli impianti di climatizzazione, dei sistemi frigoriferi e di riscaldamento. La stessa attività è in fase di valutazione per i punti vendita, sempre al fine di ottimizzare i sistemi di climatizzazione degli stessi.

Il progetto di monitoraggio ed efficientamento prevede di integrare con logica predittiva anche la gestione delle caldaie per la produzione di acqua calda di processo e per il riscaldamento invernale dei locali, il controllo dell'accumulo di energia termica e l'impianto di cogenerazione, che consente di produrre a pieno carico 360 kW di energia elettrica e di recuperare circa 430 kW termici come acqua calda riutilizzata nel ciclo produttivo.

Infine, nell'ottica di rinnovamento degli impianti di illuminazione, sia nello stabilimento di Castelletto Stura che di Robilante abbiamo proceduto alla sostituzione delle lampadine da incandescenza con lampadine con sistema LED al fine di abbattere ulteriormente i consumi e rendere più efficienti dal punto di vista energetico i nostri edifici.

## RISORSE IDRICHE

In Venchi riteniamo fondamentale che il rispetto dell'ambiente consideri anche un impegno concreto nella gestione efficace della risorsa idrica. Nel 2023, all'interno del nostro stabilimento abbiamo consumato circa 18 megalitri di acqua. Di questi, il 100% è proveniente da fonti terze, ossia l'acquedotto comunale di Castelletto Stura. Pur trattandosi di acqua non proveniente da un'area soggetta a stress idrico, stiamo puntando a ridurre i consumi idrici nello stabilimento tra il 30% e 50% nei prossimi 3 anni, agendo soprattutto sull'acqua che utilizziamo per lavare le attrezzature.

Consumi idrici	u.m.	2021	2022	2023
Consumo totale di acqua in tutte le aree	mL	17	21	18

Consumi stimati in base alle letture periodiche di Acda

La tipologia di acqua prelevata è rappresentata esclusivamente da acqua dolce, come evidenziato nella tabella di seguito.

Prelievi idrici suddivisi per fonti	u.m.	2021		2022		2023	
		Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)
Risorse idriche di terze parti (Acquedotto)	mc	17.000	0	21.000	0	18.000	0
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>17.000</b>	<b>0</b>	<b>21.000</b>	<b>0</b>	<b>18.000</b>	<b>0</b>
<b>Totale in L</b>	<b>L</b>	<b>17.000.000</b>	<b>0</b>	<b>21.000.000</b>	<b>0</b>	<b>18.000.000</b>	<b>0</b>
<b>Totale in Megalitri</b>	<b>mL</b>	<b>17,0</b>	<b>0,0</b>	<b>21,0</b>	<b>0,0</b>	<b>18,0</b>	<b>0,0</b>

Prelievi stimati in base alle letture periodiche del contatore

L'acqua prelevata e utilizzata nello stabilimento è stata poi scaricata, per un ammontare nel 2023 pari a 15 megalitri, nell'impianto di trattamento delle acque comunali di Castelletto Stura.

Scarichi idrici suddivisi per destinazione	u.m.	2021	2022	2023
Risorse idriche di terze parti (Acquedotto)	mc	14.000	18.000	15.000
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>14.000</b>	<b>18.000</b>	<b>15.000</b>
<b>Totale in L</b>	<b>L</b>	<b>14.000.000</b>	<b>18.000.000</b>	<b>15.000.000</b>
<b>Totale in Megalitri</b>	<b>mL</b>	<b>14,0</b>	<b>18,0</b>	<b>15,0</b>

Scarichi idrici suddivisi per destinazione	u.m.	2021		2022		2023	
		Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)
Risorse idriche di terze parti (Acquedotto)	mc	14.000	0	18.000	0	15.000	0
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>14.000</b>	<b>0</b>	<b>18.000</b>	<b>0</b>	<b>15.000</b>	<b>0</b>
<b>Totale in L</b>	<b>L</b>	<b>14.000.000</b>	<b>0</b>	<b>18.000.000</b>	<b>0</b>	<b>15.000.000</b>	<b>0</b>
<b>Totale in Megalitri</b>	<b>mL</b>	<b>14,0</b>	<b>0,0</b>	<b>18,0</b>	<b>0,0</b>	<b>15,0</b>	<b>0,0</b>

Nel triennio 2021-2023 abbiamo registrato un unico caso di incidente, risalente al 2021, associato al mancato rispetto dei limiti di scarico. Al di là di questo unico episodio, ci atteniamo rigorosamente alle misure relative allo scarico idrico.

Numero di incidenti di mancato rispetto dei limiti di scarico	u.m.	2021	2022	2023
Incidenti di mancato rispetto dei limiti di scarico	N°	1	0	0

Vogliamo rendere il meccanismo di scarico più efficiente: proprio per questo, a novembre 2023 abbiamo avviato il cantiere in collaborazione con ACDA S.p.A. per potenziare insieme il trattamento delle acque di scarico del comune di Castelletto Stura, ampliando l'attuale depuratore. Il progetto prevede un investimento con 2/3 dei costi a carico di Venchi e la parte rimanente a carico di ACDA S.p.A. e prevede la realizzazione entro il 2024 di un impianto per il trattamento delle acque presso lo stabilimento di Castelletto Stura che sarà in grado di trattare, mediante un sistema chimico-fisico, la quantità delle acque in uscita dalle produzioni di Venchi contenenti solidi sospesi e disciolti derivanti dalla produzione della cioccolata, in particolare a seguito del lavaggio delle attrezzature. La resa di abbattimento sul totale dei solidi disciolti è prevista tra il 50 e il 60% e del 90% per quanto riguarda fosforo e solidi sospesi totali.

## EMISSIONI

Le emissioni di CO<sub>2</sub>e possono generalmente derivare da fonti di emissioni dirette e indirette. Nella seguente tabella vengono mostrate le emissioni dirette derivanti, nel nostro caso, dalla combustione di gas metano e di gasolio per il funzionamento degli immobili e dall'utilizzo di carburante per il parco auto aziendale (per quest'ultimo i dati sono stati rendicontati a partire dal 2023). Per il calcolo delle emissioni relative ai consumi di gas metano, gasolio e benzina sono stati applicati i fattori di emissioni ottenuti da Ecoinvent 3.9.1, mentre per il calcolo delle emissioni associate alle eventuali perdite dei gas refrigeranti sono stati adottati rispettivamente i fattori di emissione del Defra 2023 e IPCC Sixth Assessment Report rispettivamente per il gas refrigerante R448a e R290.

Emissioni di carburante da fonte non rinnovabile	u.m.	2021	2022	2023*
Gas metano	t CO <sub>2</sub> e	1.636	1.707	2.102
GPL		0	0	0
Gasolio		5	3	125
CNG		0	0	0
Petrol		ND	ND	32
Gas refrigerante		ND	ND	83
<b>Totale</b>			<b>1.641</b>	<b>1.710</b>

\*Conversione emissioni Co2 per il 2022-2023 effettuate tramite indicatore Ecoinvent; per le emissioni del periodo 2021 è stato utilizzato il fattore di conversione Defra.

Nella tabella che segue, invece, vengono riportati i valori relativi alle emissioni indirette secondo il duplice approccio Market-Based e Location-Based: nel primo, le emissioni di CO<sub>2</sub>e rendicontate sono state ottenute applicando il fattore di emissione ottenuto da Ecoinvent 3.9.1 (con riferimento ad AIB 2022, dati 2021) per le quantità di energia non approvvigionate da fonte rinnovabile; nel secondo, le emissioni di CO<sub>2</sub>e sono ottenute applicando il fattore di emissione ottenuto da Ecoinvent 3.9.1, per le quantità totali di Energia.

Emissioni Scope 2 (Market Based)	u.m.	2021	2022	2023
Energia elettrica	t CO <sub>2</sub> e	1.763	2.052	1.947
Energia termica		0	0	0

Emissioni Scope 2 (Location Based)	u.m.	2021	2022	2023
Energia elettrica	t CO <sub>2</sub> e	1.253	1.244	1.134
Energia termica		0	0	0

Dai dati rappresentati nelle tabelle emerge una diminuzione del livello di tCO<sub>2</sub>e nel 2023 grazie all'incremento del consumo di energia elettrica considerabile "verde".

Tenendo conto del rapporto d'intensità delle emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2), in linea con gli Standard GRI è stato utilizzato come denominatore opzionale il numero di dipendenti a tempo pieno. Da quanto emerge nella tabella di seguito, l'intensità delle emissioni è incrementata nel 2023 rispetto al 2022 di circa il 15%.

Intensità delle emissioni di GHG	u.m.	2021	2022	2023
Totale emissioni GHG Scope 1	kgCO <sub>2</sub> e	1.640.990	1.709.894	2.341.969
Totale emissioni GHG Scope 2		1.762.905	2.052.415	1.946.752
Numero di dipendenti totali a tempo pieno	N°	325	401	397
<b>Intensità delle emissioni dirette e indirette GHG Scope 1 e Scope 2</b>	tCO <sub>2</sub> e/p	<b>10.474</b>	<b>9.382</b>	<b>10.803</b>

p= numero totale dipendenti a tempo pieno

## RIFIUTI

Negli ultimi anni, pur crescendo in termini di numero di impianti, siamo stati in grado di mantenere contenuta la produzione di rifiuti, i quali ammontano nel 2023 a 344 tonnellate.

Di seguito riportiamo la composizione dei rifiuti, secondo una distinzione tra rifiuti generati, recuperati e smaltiti nel corso del triennio.

Ciò che emerge è che i nostri principali rifiuti sono legati agli imballaggi delle materie prime, a materiali vari (es. scatoloni, plastiche varie, imballaggi vari) e agli scarti alimentari. Quanto alla prima categoria, ci stiamo muovendo sempre di più verso la riduzione o la conversione degli imballaggi in plastica con carta o materiali compostabili e riciclabili.

Composizione dei rifiuti (*)	u.m.	2021			2022			2023		
		Rifiuti generati	Rifiuti recuperati	Rifiuti smaltiti	Rifiuti generati	Rifiuti recuperati	Rifiuti smaltiti	Rifiuti generati	Rifiuti recuperati	Rifiuti smaltiti
Carta	t	71,3		71,3	86,3		86,3	94,7		94,7
Plastica										
Legno		14,8		14,8						
Metalli		7,0		7,0	4,6		4,6	15,3		15,3
Imballaggi misti		124,7		124,7	97,8		97,8	141,0		141,0
Apparecchiature fuori uso		4,9		4,9	3,9		3,9	6,6		6,6
Batterie al piombo					0,2		0,2			
Materiali vari (filtri, cavi, inerti, olii, rifiuti misti ecc.)		10,0		10,0	78,2		78,2	38,7		38,7
Etc. (Scarti alimentari)		23,4		23,4	39,6		39,6	47,6		47,6
<b>Totale rifiuti</b>			<b>256,1</b>	<b>0</b>	<b>256,1</b>	<b>310,5</b>	<b>0</b>	<b>310,5</b>	<b>343,9</b>	<b>0</b>

\*Comprendono anche i rifiuti ritirati dal comune classificati come CER 20 03 01 (rifiuti urbani non differenziati)

Dei rifiuti generati, durante l'anno sono state smaltite 2 tonnellate di rifiuti pericolosi. Tale categoria di rifiuti rappresenta una minima parte sul totale dei rifiuti smaltiti (0,65%).

Peso totale dei rifiuti pericolosi SMALTITI	u.m.	2021		2022		2023	
		In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede
Smaltimento in discarica	t						
Incenerimento							
Altro tipo di smaltimento			0,8		2,4		2,2
<b>Totale</b>		<b>0,0</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>0,0</b>	<b>2,2</b>
<b>Totale Rifiuti pericolosi smaltiti</b>		<b>0,8</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>			

Il totale dei rifiuti non pericolosi recuperati ammonta a circa a 95 tonnellate (circa il 27.4% del totale rifiuti prodotti)

Peso totale dei rifiuti NON pericolosi RECUPERATI	u.m.	2021		2022		2023	
		In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede
<b>Totale</b>	t		<b>71,3</b>		<b>86,3</b>		<b>94,7</b>
<b>Totale Rifiuti non pericolosi recuperati</b>		<b>71,3</b>	<b>86,3</b>	<b>94,7</b>			

Infine, i rifiuti non pericolosi smaltiti nel 2023 ammontano a 247 tonnellate.

Peso totale dei rifiuti NON pericolosi smaltiti	u.m.	2021		2022		2023	
		In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede	In loco	Fuori sede
Smaltimento in discarica	t						
Incenerimento							
Altro tipo di smaltimento			184,1		221,8		246,9
<b>Totale</b>		<b>0</b>	<b>184,1</b>	<b>0</b>	<b>221,8</b>		<b>246,9</b>
<b>Totale Rifiuti non pericolosi smaltiti</b>		<b>184,1</b>	<b>221,8</b>	<b>246,9</b>			

In relazione alla classificazione dei rifiuti, registriamo i sottoprodotti organici come sottoprodotti non recuperabili e li vendiamo ad un'azienda che si occupa della produzione di mangimi animali. La carta riconosciuta come rifiuto viene invece ritirata e successivamente venduta a terze parti, mentre le pedane vengono vendute come rottami senza essere caricate sul registro rifiuti. Altri eventuali scarti organici vengono classificati come rifiuti e gestiti da società specifiche. In generale, gli scarti non codificati come rifiuti non rientrano nel registro rifiuti.

Altri rifiuti come la carta e la plastica vengono depositati attraverso l'azienda locale Cuneo Ecologia (CEC), mentre il ferro, il legno e altri materiali ingombranti vengono smaltiti con ditte specializzate. Non abbiamo materiali pericolosi da smaltire, a parte i toner delle stampanti e l'olio lubrificante utilizzato per i motori a pompa, con consumi di quest'ultimo pari a circa 1200l/anno.



## 7.2 PRATICHE SOSTENIBILI NELLO SVILUPPO DEL PACKAGING

Ricerchiamo e sviluppiamo packaging che garantisca la riduzione dell'impatto ambientale dell'Azienda, promuovendo la scelta di materiali riciclabili, riutilizzabili e compostabili, al fine di ottenere una diminuzione dell'uso di materiali plastici e del peso dello stesso, pur preservando la qualità del prodotto.



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Realizzazione di un packaging più sostenibile entro il 2026



Nel packaging, ad oggi, l'80% degli elementi di carta che utilizziamo sono certificati Forest Stewardship Council (FSC), mentre la restante parte non risulta essere contraddistinta dal marchio in quanto solitamente il packaging si presenta di dimensioni particolarmente ridotte, oppure perché alcune etichette realizzate dai fornitori locali non presentano ancora questa certificazione. Questi casi risultano, ad ogni modo, molto limitati.



Abbiamo sostituito una quantità rilevante di materiali in plastica con alternative ecosostenibili, composti principalmente da PLA e Mater-BI, ossia bioplastiche di origine naturale compostabili e biodegradabili. Tutta la plastica che compriamo è ora riciclabile. Tuttavia, non tutti i fornitori di plastica ci forniscono materiale riciclato, soprattutto per quanto concerne il packaging che va a contatto con il prodotto nudo. Ciò occorre sia a causa dei limiti di produzione del fornitore che per limiti di produzione delle nostre macchine. L'unica plastica riciclata facilmente utilizzabile nella lavorazione è il polietilene tereftalato (PET), il quale non è però utilizzabile per tutti i tipi di incarto: esso viene utilizzato solo per incarti dal facile adattamento, come ad esempio l'incarto a fiocco e doppio fiocco, e non per prodotti che richiedono un modellaggio più specifico.

Qui riportiamo il totale acquisti dei materiali per il 2023.

Materiale acquistati	u.m.	2023	%
Carta	kg	932.255	67%
Plastic		236.427	17%
<i>di cui riciclata</i>		1.422	0%
<i>di cui non fossile</i>		46.796	3%
Metallo		115.157	8%
Vetro		43.837	3%
Materiali Accoppiati		37.554	3%
Legno		18.014	1%
Tessuto		6.059	0%
Alluminio		3.449	0%
Lattine		1.122	0%
<b>totale</b>			<b>1.393.873</b>

#### TIPOLOGIA DI PLASTICA UTILIZZATA PER IL PACKAGING

- plastica riciclata (tra il 70%-90%, non disponiamo di plastica riciclata al 100%);
- plastica compostabile (materiali biodegradabili per il canale retail);
- plastica bio – certificazione ISCC;
- plastica non riciclata PP: per questioni di sicurezza alimentare, tutte le plastiche PP riciclate non sono idonee al contatto con gli alimenti, al contrario del PET riciclato;
- plastica PET non riciclata: a livello industriale non è sempre facilmente reperibile la plastica riciclata di basso spessore.

La maggior parte del nostro packaging è prodotto in Italia. Tuttavia, alcune produzioni di packaging vengono effettuate in Cina, soprattutto per quanto concerne la produzione di lattine e cappelliere tonde che in Italia non possono essere lavorate. Ove possibile, cerchiamo di approvvigionarci localmente, in Italia, per produrre il packaging da destinare al commercio nazionale e internazionale, evitando così lunghi tempi di approvvigionamento e la conseguente produzione di ulteriori impatti di emissioni di CO<sub>2</sub>. In taluni casi la produzione rimane in Cina, soprattutto quando il packaging è destinato ai negozi cinesi: tale politica è in atto dal 2021-2022. In ambito retail, dal 2023 alcuni materiali che prima la Cina acquistava dall'Italia adesso vengono comprati direttamente in loco, come ad esempio lo shopper di carta, le coppette gelato, le buste trasparenti per il My Venchi Mix e tutti i materiali di consumo come forchette e palette gelato.

In ottica di miglioramento continuo, ci siamo posti l'obiettivo di studiare un possibile meccanismo per riciclare alcuni materiali, come ad esempio i supporti per etichette adesive.

Alla fine della vita del nostro packaging è associabile un possibile impatto negativo: ogni anno, a fine campagna, alcuni imballi rimangono in giacenza di magazzino, come scatole e fustelle, e non vengono riutilizzati, bensì destinati alla discarica. Tuttavia, prima di buttare definitivamente il prodotto in discarica, cerchiamo sempre una destinazione alternativa d'uso, come ad esempio rivenderlo su alcuni canali di business, regalarlo ai dipendenti in occasione delle festività pasquali e natalizie o a soggetti terzi, come scuole o asili.



Proviamo a perseguire una strategia di riutilizzo dell'imballo: abbiamo provato ad avviare un servizio di refill riutilizzando i vasi di vetro della crema spalmabile, riducendo la produzione di rifiuti in vetro ed estendendo la vita dei contenitori. Tuttavia, per una questione di qualità di conservazione del prodotto e di sicurezza del consumatore, queste politiche non sono perseguibili. Inoltre, il nostro packaging è da sempre parte integrante del marketing aziendale.

Per determinati articoli non è possibile effettuare attività di recupero. Le lattine, come anche gli incarti di alluminio e i materiali flessibili di plastica, non possono essere ristampati in quanto i costi di ristampa risultano elevati e non rendono conveniente effettuare tale operazione in chiave strategica.

In occasione della Pasqua 2022, per il confezionamento delle uova abbiamo utilizzato dei materiali riciclati. Seppur in un primo momento questa strategia non è stata apprezzata dal cliente finale, abbiamo preferito proseguire con la nostra azione e anche nella Pasqua 2023 abbiamo riutilizzato gli stessi materiali sostituendo in aggiunta i nastri in poliestere con quelli in cotone, ottenendo alla fine consensi sul nostro packaging sempre più sostenibile. A livello produttivo si è cercato di uniformare le varie dimensioni delle diverse uova in modo da utilizzare un solo incarto e, soprattutto, in quantità minore.

In occasione della Pasqua 2024, invece, solo per i fogli delle uova di Pasqua ci avvarremo di acquisti da fornitori certificati ISCC: "plastica" derivata da scarti bio, come olii esausti, e non da petrolio.



## CERTIFICAZIONE ISCC PLUS

Lo schema ISCC PLUS permette di dimostrare, attraverso un sistema di gestione, la tracciabilità e la sostenibilità delle materie prime, dei prodotti intermedi e dei prodotti finali delle filiere di produzione di prodotti:



- alimentari;
- per la mangimistica;
- tecnico/chimici;
- bio-based;
- biomasse per applicazioni energetiche.

Lo standard è fondato sul concetto fondamentale che la sostenibilità di un prodotto deve essere attestata lungo tutta la filiera produttiva, consentendo a ciascun attore della filiera di poter attingere ad un prodotto “sostenibile” fra fornitori in possesso di un certificato valido per quel prodotto.

Sotto ISCC PLUS si possono coprire diverse categorie di raw material:

- Bio (Mais, Cotone, Canne da zucchero, ecc.);
- Bio-Circular (Used Cooking Oil, Residui forestali, paglia, Tall oil, ecc.);
- Circular (Mixed plastic waste, rifiuti tessili ecc.);
- Renewable (Power to gas, power to liquid).

Per la campagna di Pasqua 2024, per i fogli delle uova, abbiamo acquistato materie prime Bio-circular: imballaggi in polipropilene (PP5) prodotti con materie prime derivate dal recupero i olii esausti in sostituzione delle materie prime di origine fossile come le “nafte”. Al contrario di altre materie prime riconosciute come ecologiche, ad esempio i derivati del mais, le materie prime Bio-Circular non sono in competizione con quelle utilizzabili nella filiera dell’alimentazione umana ed inoltre la carbon footprint risulta più contenuta rispetto all’alternativa fossile.

All’interno delle nostre Cioccolaterie serviamo il gelato con coppette e cucchiaini completamente compostabili. Quanto alla vaschetta da asporto, fino a qualche anno fa veniva utilizzata in polistirolo, mentre adesso puntiamo all’utilizzo di vaschette in cartoncino. Il mercato si sta sviluppando sempre di più verso materiali in polistirolo compostabile; tuttavia, al momento riteniamo opportuno continuare ad usare vaschette di cartone per la facilità nel loro smaltimento e la capacità di conservare efficacemente il prodotto.

Nei negozi, invece, gli espositori utilizzati sono in plexiglass ma ci stiamo muovendo sempre di più verso l’utilizzo del plexiglass riciclato.



Il nostro impegno nella ricerca ed utilizzo di materiali riciclati e riciclabili è orientato verso tutti i nostri canali di vendita, anche i canali Digital. Nel 2023, infatti, abbiamo modificato il packaging

di spedizione degli ordini ricevuti sul nostro sito istituzionale utilizzando scatole composte con materiali certificati FSC e senza plastica. La scatola, perfettamente in linea anche con il design ed i layout dei nostri negozi, include al suo interno le informazioni non soltanto sul materiale di composizione ma anche sul suo smaltimento e su come conservare al meglio i prodotti acquistati. Anche gli impacchi di ghiaccio necessari per le spedizioni degli ordini durante le stagioni più calde sono stati rinnovati: sono anch’essi in materiale riciclabile e sono in grado di garantire le buone condizioni di conservazione del prodotto durante le consegne rimanendo sostenibili.





## 7.3 TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

Lavoriamo a stretto contatto con agricoltori e fornitori per promuovere la protezione degli ecosistemi attraverso la diffusione di pratiche di anti-deforestazione e di agricoltura rigenerativa che vadano a preservare la salute del suolo e tutelino la biodiversità vegetale e animale.

GRI 3-3



### TARGET DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

- Raggiungimento del 100% di acquisti di cacao e derivati sotto la certificazione Rainforest entro il 2025
- Ottenimento della certificazione ISO 14001 entro il 2024



Nel 2023 puntiamo a conseguire la certificazione Rainforest. Uno dei punti salienti della certificazione è rappresentato dalla tutela della biodiversità nei luoghi di origine del cacao. Il nostro obiettivo è quello di includere sotto questa certificazione tutti gli acquisti di cacao, cioccolato e derivati entro il 2025. Nel 2023 abbiamo già iniziato ad acquisire delle materie prime certificate Rainforest.



**RAINFOREST ALLIANCE**

Rainforest Alliance è un'organizzazione non profit internazionale che mira a creare un mondo più sostenibile facendo leva sulle forze sociali, di mercato ed enti governativi per proteggere la natura e migliorare le vite degli agricoltori e delle

comunità agricole. Rainforest Alliance collabora con le comunità agricole e forestali per promuovere una gestione e sfruttamento delle risorse in maniera sostenibile ed in pieno rispetto dell'ecosistema. Ma il tema della sostenibilità deve continuare anche una volta usciti dall'azienda agricola. È per tale motivo che gli acquirenti nelle filiere certificate devono fornire maggiore supporto agli agricoltori affinché possano lavorare in maniera più sostenibile.





Il **Programma di Certificazione 2020 Rainforest Alliance** mira a promuovere non solo la trasparenza, ma anche le pratiche commerciali responsabili da parte delle imprese lungo l'intera filiera. I Requisiti per le aziende agricole ed i Requisiti di filiera insieme formano lo Standard di agricoltura sostenibile di Rainforest Alliance.

Gli standard in esso proposti sono pensati per dare più valore alle tante persone ed aziende nel mondo che utilizzano la certificazione Rainforest Alliance come strumento essenziale per supportare una produzione agricola e filiere sostenibili.

Il Programma di Certificazione 2020 comprende tre componenti principali, pensate per lavorare a stretto contatto tra loro:

## 1. STANDARD DI AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Requisiti per le aziende agricole e per tutta la filiera.

## 2. SISTEMA DI ASSURANCE

- Regole di certificazione per definire in che modo gli auditor valutano la conformità rispetto ai requisiti per le aziende agricole e i requisiti di filiera;
- Regole di audit per garantire che gli enti di certificazione conducano gli audit Rainforest Alliance in modo coerente e garantendo la massima qualità;
- Regole per autorizzare gli enti di certificazione a determinare quali organizzazioni possono condurre gli audit relativi al nuovo Standard di agricoltura sostenibile di Rainforest Alliance.
- Regole per il personale degli enti di certificazione

## 3. SISTEMI DI DATI E STRUMENTI

I titolari di certificati a livello di azienda agricola e di filiera effettueranno la registrazione per diventare membri, gestiranno i processi di audit e registreranno le transazioni di vendita dei prodotti certificati su una nuova piattaforma informatica.

Per agricoltori, titolari di certificati ed attori della filiera saranno messi gradualmente a disposizione nuovi strumenti informatici che consentiranno loro di seguire e gestire meglio le loro performance di sostenibilità secondo i requisiti dello Standard di Agricoltura Sostenibile.

Con riferimento al punto 1., durante l'audit che Rainforest Alliance ha effettuato in Venchi, sono stati analizzati i seguenti requisiti:

### 1. Gestione:

- 1.1 Gestione;
- 1.2 Amministrazione;
- 1.3 Ispezione interna ed autovalutazione;
- 1.4 Meccanismo di reclamo;
- 1.5 Parità di genere.

### 2. Tracciabilità:

- 2.1 Tracciabilità;
- 2.2 Tracciabilità sulla piattaforma online;
- 2.3 Bilancio di massa.

### 3. Reddito e responsabilità condivisa:

- 3.1 Differenziale di Sostenibilità;
- 3.2 Investimenti di Sostenibilità;
- 3.3 Contributi di filiera per il pagamento dei salari di sussistenza (facoltativi);

### 4. Aspetti sociali:

- 4.1 Approccio "valuta ed agisci" in tema di sfruttamento minorile, lavoro forzato, discriminazione, violenza e molestie sul luogo di lavoro;
- 4.2 Libertà di associazione;
- 4.3 Salari e contratti;
- 4.4 Condizioni di lavoro;
- 4.5 Salute e sicurezza.

### 5. Ambiente:

- 5.1 Gestione delle acque reflue.

La nostra Azienda sarà certificata come azienda che acquista prodotti Rainforest, trasforma e vende i propri prodotti sotto questo marchio. A tal proposito, oltre a sostenere un audit che ci consente di utilizzare questo marchio, è necessario acquistare prodotti che hanno tale certificazione affinché l'intera filiera sia certificata. Lato aziende collaboriamo già con organizzazioni che ci offrono la possibilità di comprare cioccolato e derivati con questa certificazione: nel 2023 abbiamo acquistato 12 tonnellate di masse di cacao con questa certificazione. Prevediamo comunque un'estensione del volume di acquisto.

## 12 tonnellate

di masse di cacao finora  
acquistate sotto la  
certificazione Rainforest

Volendo perseguire la copertura dell'intera filiera sotto questa certificazione, abbiamo richiesto anche ai nostri produttori della filiera della nocciola di certificarsi Rainforest, in quanto la certificazione include tra le materie prime sotto tutela anche la nocciola.

La nostra attenzione nell'approvvigionamento da fornitori certificati si allinea alle proposte dell'Unione Europea (UE), la quale nel 2023 ha approvato in via definitiva una legge sul contrasto alle pratiche deforestative attraverso la quale le aziende saranno tenute ad attestare che un fornitore selezionato non contribuisca alla deforestazione e allo sfruttamento della biodiversità, certificabile attraverso il rilascio da parte di quest'ultimo di una dichiarazione di "diligenza dovuta" che attesti che il prodotto non provenga da terreni deforestati e non abbia contribuito al degrado di foreste, comprese le foreste primarie insostituibili.

La necessità di realizzare una filiera sostenibile che tuteli la biodiversità nasce soprattutto dalla consapevolezza della scarsità delle risorse che utilizziamo per produrre i nostri prodotti: principalmente il cacao è una risorsa che in Africa ha lo stesso rischio di estinzione dell'olio di palma, a causa della desertificazione.

La stessa criticità non si presenta per la nocciola, la cui vita media si aggira intorno agli 80 anni e la quale viene piantata ogni 40 sempre negli stessi territori. I noccioli dei nostri territori sono stati piantati in passato in territori freschi dove non potevano essere coltivate viti o altre piante. Negli ultimi anni, tuttavia, abbiamo iniziato ad assistere a piantagioni di noccioli anche in territori maggiormente collinari.



# OS



## APPENDICE

## 8.1 NOTA METODOLOGICA

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative riportati nel presente documento si riferiscono alle performance di Venchi S.p.A., perimetro Italia, escludendo quindi le stabili organizzazioni Venchi UK e VENCHI SpA Niederlassung Deutschland. Laddove le informazioni includano anche le performance di tutte le consociate operanti nel resto del mondo (ROW) e facenti parti del Gruppo Venchi, tale estensione viene opportunamente esplicitata facendo riferimento al “Gruppo”. La rendicontazione, avente frequenza annuale, considera un orizzonte temporale che va dal 1° gennaio 2023 a 31 dicembre 2023, coincidendo con il periodo del rendiconto finanziario.

I dati economico-finanziari relativi al capitolo 6.4 fanno riferimento al perimetro Venchi S.p.A.

Al fine di poter permettere un confronto dei dati nel tempo e la valutazione dell’andamento delle attività di Venchi, laddove possibile vengono presentati i trend di performance relativi al triennio 2021-2023. In questi casi, le variazioni al periodo di rendicontazione sono esplicitamente indicate all’interno dello stesso Bilancio.

Per fornire una rappresentazione quanto più puntuale possibile delle performance di sostenibilità raggiunte, è stata privilegiata l’inclusione di grandezze misurabili direttamente, evitando il più possibile il ricorso a stime, le quali laddove necessarie, si basano sulle migliori metodologie disponibili o su rilevazioni campionarie e il loro utilizzo è segnalato all’interno dei singoli indicatori. Le stime sono state condotte sui consumi e prelievi idrici, in base ai dati storici e alle letture dei contatori di misurazione, sui consumi di benzina e gasolio in base ai km percorsi dalla flotta auto aziendale e sui consumi di gas metano per lo stabilimento di Robilante.

Il Bilancio di Sostenibilità 2023 verrà portato per presa visione del Consiglio di Amministrazione di Venchi S.p.A. in data 25/07/2024.

Il documento è disponibile in un’apposita sezione nel sito di Venchi, all’indirizzo [www.venchi.com](http://www.venchi.com).

Per richiedere maggiori informazioni in merito ai contenuti del presente documento è possibile rivolgersi all’indirizzo: [esg.corporate@venchi.com](mailto:esg.corporate@venchi.com).



## 8.2 GRI CONTENT INDEX

<b>Dichiarazione d'uso</b>	Venchi S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2023 – 31 dicembre 2023 con riferimento agli Standard GRI	
<b>Utilizzato GRI 1</b>	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021	
<b>GRI Standard</b>	<b>Informativa</b>	<b>Ubicazione (pagina)</b>
<b>INFORMATIVE GENERALI</b>		
<b>GRI 2 - Informative Generali (2021)</b>	<b>Organizzazione e pratiche di rendicontazione</b>	
	2-1 Dettagli organizzativi	7
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	87
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	87
	<b>Attività e lavoratori</b>	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	11 66
	2-7 Dipendenti	40
	<b>Governance</b>	
	2-9 Struttura e composizione della governance	15
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	15
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	15
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	15
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	15
	<b>Strategia, politiche e prassi</b>	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	15
	2-23 Impegno in termini di policy	15
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	15
	<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>	
	2-30 Contratti collettivi	40
	<b>Temì materiali</b>	
<b>GRI 3 – Temì materiali (2021)</b>	3-1 Processo di determinazione dei temì materiali	23
	3-2 Elenco di temì materiali	23
	3-3 Gestione dei temì materiali	23
<b>TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE</b>		
<b>GRI Standard</b>	<b>Informativa</b>	<b>Ubicazione (pagina)</b>
<b>GRI 200: Indicatori di performance economici</b>		
<b>SVILUPPO DEL TERRITORIO E DELLE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ</b>		
<b>GRI 3 – Temì materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temì materiali	58
<b>GRI 201 – Performance Economiche</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	58
	201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	58
<b>GRI 203 - Impatti economici indiretti</b>	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi supportati	58
<b>GOVERNANCE ETICA E TRASPARENTE</b>		
<b>GRI 3 – Temì materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temì materiali	15
<b>GRI 205 - Anticorruzione</b>	205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	15
	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	15
<b>GRI 206 -Comportamento anticoncorrenziale</b>	206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	15



**TEMI AMBIENTALI**

<b>GRI Standard</b>	<b>Informativa</b>	<b>Ubicazione (pagina)</b>
<b>Temi materiali</b>		
<b>GRI 300: INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALI</b>		
<b>PRATICHE SOSTENIBILI NELLO SVILUPPO DEL PACKAGING</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	79
<b>RISPETTO PER L'AMBIENTE NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	71
<b>GRI 302 - Energia</b>	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	71
	302-3 Intensità energetica	71
<b>GRI 303 - Acqua e scarichi idrici (2018)</b>	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	71
	303-3 Prelievo idrico	71
	303-4 Scarico idrico	71
	303-5 Consumo idrico	71
<b>GRI 305: Emissioni</b>	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	71
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	71
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	71
<b>GRI 306 – Rifiuti (2020)</b>	306-3 Rifiuti generati	71
	306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	71
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	71
<b>TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	83
<b>GESTIONE RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME E DELLA SUPPLY CHAIN</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	66

## TEMI SOCIALI

GRI Standard	Numero e descrizione dell'indicatore	Pagina
<b>Temi materiali</b>		
<b>GRI 400: INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALI</b>		
<b>BENESSERE DEI DIPENDENTI</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	40
<b>GRI 401 - Occupazione</b>	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	40
	401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	40
	401-3 Congedo parentale	40
<b>SALUTE E SICUREZZA NELLE OPERAZIONI DI BUSINESS</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	54
<b>GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b>	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	54
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	54
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	54
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	54
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	54
	403-9 Infortuni sul lavoro	54
	403-10 Malattia professionale	54
<b>PROMOZIONE DELLO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE E DELLE PARI OPPORTUNITÀ</b>		
<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	45
<b>GRI 201 – Performance Economiche</b>	201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici	45
<b>GRI 404 - Formazione e istruzione</b>	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	45
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	45
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	45
<b>GRI 405 - Diversità e pari opportunità</b>	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	45
	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	45

**TUTELA DEI DIRITTI UMANI LUNGO LA VALUE CHAIN**

<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	63
<b>GRI 406 - Non discriminazione</b>	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	63

**QUALITÀ DEI PRODOTTI E BENESSERE DEI CONSUMATORI**

<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	35
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti</b>	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	35
	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	35

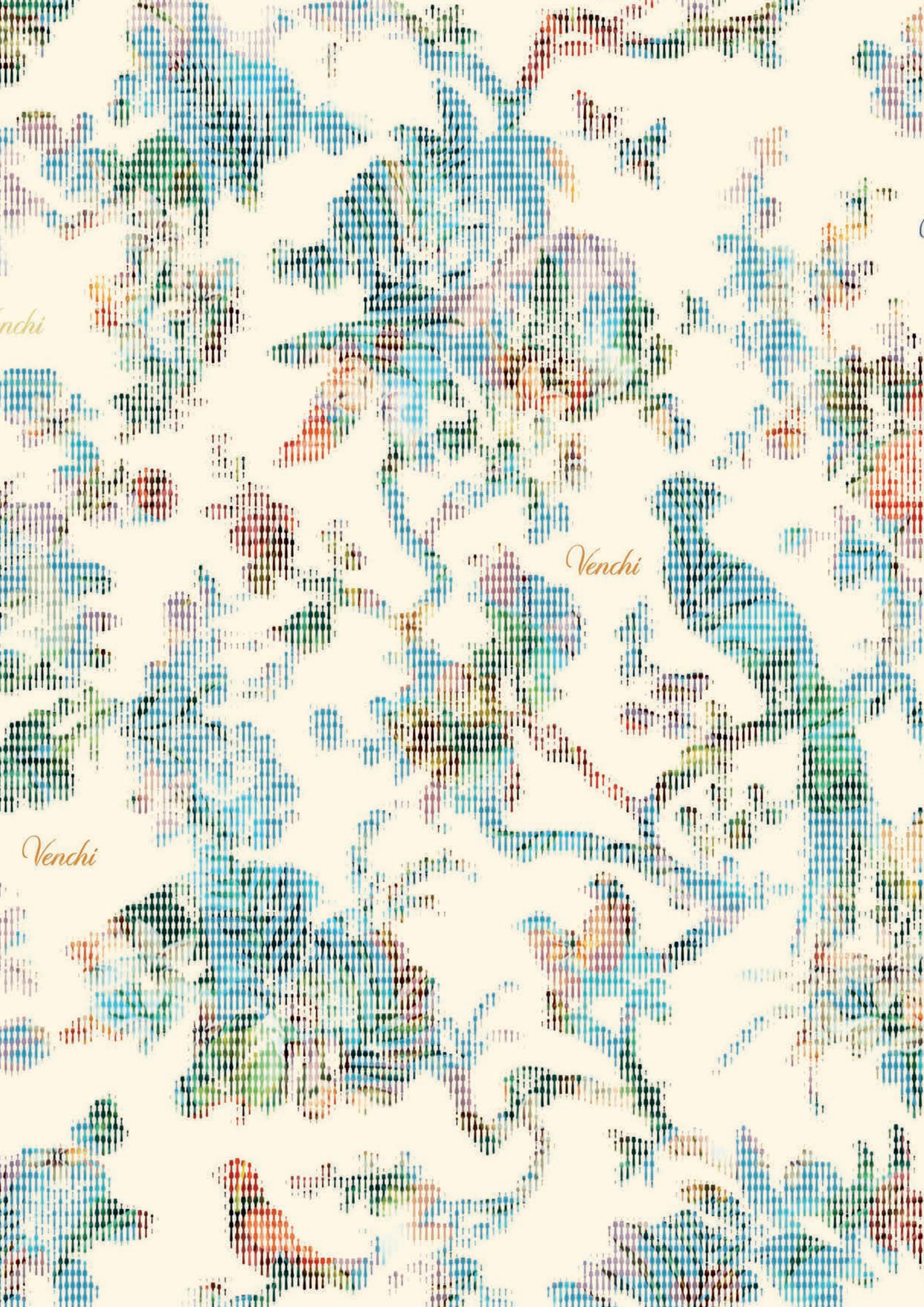
**COMUNICAZIONE E MARKETING RESPONSABILE**

<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	31
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura</b>	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	31
	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	31
	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	31

**INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO NEL SETTORE**

<b>GRI 3 – Temi materiali (2021)</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	64
--------------------------------------	---------------------------------	----





*Venchi*

*Venchi*

*Venchi*