

# GROWING TOGETHER TASTES BETTER

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ  
AL 30 GIUGNO 2023



-1922-  
*Bauli*



# **LE NOSTRE PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ IN SINTESI**

## VISION

VOGLIAMO REGALARE MOMENTI GIOIOSI E DELIZIOSI AI CONSUMATORI DI TUTTO IL MONDO. CON TUTTI I NOSTRI BRAND E PRODOTTI ICONICI, OGNI GIORNO, AD OGNI GUSTOSO MORSO.

## MISSION

ISPIRATI DA UNA TRADIZIONE CENTENARIA DI QUALITÀ ITALIANA, REALIZZIAMO DELIZIOSE CREAZIONI CHE SODDISFANO I BISOGNI E I DESIDERI DEI CONSUMATORI E DEI CLIENTI DI TUTTO IL MONDO. LO FACCIAMO PRENDENDOCI CURA DELLE NOSTRE PERSONE E DEL NOSTRO PIANETA.

## VALORI



### ENERGIA



**735.883 GJ**

CONSUMO ENERGIA



**6,59 GJ/ton**

CONSUMO DI ENERGIA PER TONNELLATA DI PRODOTTO



**11,67%**

ELETTRICITÀ DA FONTI RINNOVABILI



**1.230 kW**

CAPACITÀ DEL SISTEMA FOTOVOLTAICO INSTALLATO



**45.532 ton**

EMISSIONI TOTALI (TCO<sub>2</sub>E - SCOPE 1 E SCOPE 2 LOCATION BASED)



**0,38 tCO<sub>2</sub>e/ton**

EMISSIONI DI GHG GENERATE PER TONNELLATA DI PRODOTTO NEL 2022/2023



**97% materiali rinnovabili**

SUL TOTALE DEI MATERIALI ACQUISTATI



**100% riciclabile**

IL PACKAGING DELLA COLOMBA BAULI

### PERSONE



**12,2**

TASSO DI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILE



**96%**

IMPIEGATI ASSUNTI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO AL 30 GIUGNO 2023



**47%**

DONNE SUL TOTALE DEGLI IMPIEGATI AL 30 GIUGNO 2023



**12,3**

ORE TOTALI DI FORMAZIONE PRO CAPITE EROGATE NEL 2022/2023

### COMUNITÀ LOCALI

ESPANSIONE E RESTAURO DELLA **BIBLIOTECA CAPITOLARE DI VERONA**



**805.757 €**

REMUNERAZIONE DELLA COMUNITÀ LOCALE



**17.825 KgCO<sub>2</sub>**

RISPARMIATE GRAZIE ALLE INIZIATIVE PER LA RIDUZIONE DELLO SPRECO DI CIBO

# INDICE

<b>LETTERA AGLI STAKEHOLDER</b>	<b>6</b>
-------------------------------------	----------

## 1

---

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>8</b>
1.1 IL PROFILO DEL GRUPPO	10
1.2 MISSION, VISION & VALORI	16

## 2

---

<b>ONE BAULI</b>	<b>20</b>
2.1 LA NOSTRA GOVERNANCE	24
2.2 CRESCERE INSIEME HA UN SAPORE MIGLIORE	26
2.3 ETICA E INTEGRITÀ NEL BUSINESS	27
2.4 CREAZIONE DI VALORE	30

## 3

---

<b>APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ</b>	<b>32</b>
3.1 LE NOSTRE PRIORITÀ	34
3.2 GESTIONE DELLE TEMATICHE MATERIALI	38

## 4

---

<b>CREATORI DI BONTÀ</b>	<b>42</b>
4.1 I NOSTRI PRODOTTI	44
4.2 PROMOZIONE DI SALUTE E BENESSERE	48
4.3 QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE	49
4.4 INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO	54
4.5 MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILI	58

# 5

---

## LA CATENA DI FORNITURA **60**

5.1 I NOSTRI INGREDIENTI E MATERIE PRIME	65
5.2 LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	70

# 6

---

## IL PIANETA **72**

6.1 IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE	74
6.2 ENERGIA ED EMISSIONI	76
6.3 GESTIONE DEGLI SCARTI ED ECONOMIA CIRCOLARE	82
6.4 PACKAGING SOSTENIBILE	84
6.5 PROTEZIONE DELLE RISORSE NATURALI	86

# 7

---

## LE PERSONE **88**

7.1 I NOSTRI DIPENDENTI	91
7.2 IL PERCORSO VERSO ZERO INFORTUNI	94
7.3 VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	98
7.4 CURA & COINVOLGIMENTO	100
7.5 SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI	103

---

## NOTA METODOLOGICA **105**

## INDICATORI DI PRESTAZIONE (KPIs) **106**

## INDICE DEI CONTENUTI GRI **121**

# LETTERA AGLI STAKE HOLDER



Cari Stakeholder,

Siamo lieti di presentarvi il nuovo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Bauli, redatto dal Presidente del Consiglio di Amministrazione e dal CEO, che pone in evidenza il nostro impegno nel migliorare le performance economiche, ambientali e sociali dell'Azienda. Nonostante le sfide economiche attuali, l'Azienda si impegna a rafforzare le sue pratiche aziendali e gli sforzi in materia di sostenibilità.

Con un nuovo CEO alla guida del Gruppo, abbiamo definito i nostri nuovi valori fondamentali - Passione, Collaborazione, Bontà, Coraggio, Cura, Integrità - e sviluppato una strategia denominata "ONE BAULI" per rafforzare la nostra presenza globale, pur rimanendo saldamente radicati nella nostra storia.

Inoltre, un'approfondita analisi di materialità condotta nel 2023 ci ha aiutato a identificare i principali ambiti legati alla sostenibilità e a stabilire linee guida strategiche per migliorare le nostre azioni. Abbiamo compiuto progressi significativi nel lancio annuale di nuovi prodotti, ampliando il nostro portfolio per porre al centro del nostro impegno il benessere e la salute delle persone. La creazione dell'Unità di Business "Healt & Wellbeing" nel 2022 sottolinea questo impegno.

Inoltre, l'azienda traccia attentamente gli impatti potenziali sull'ambiente e sulla società, in linea con le normative dell'Unione Europea. Negli ultimi due anni, il Gruppo Bauli ha ridotto le emissioni legate ai cambiamenti climatici di 2.854 tonnellate di CO<sub>2</sub> attraverso investimenti in efficienza energetica e un maggiore utilizzo di fonti rinnovabili nei suoi siti produttivi principali, che ora coprono il 13% del consumo totale di elettricità.

Il Gruppo Bauli attribuisce i suoi successi alle persone eccezionali che lo compongono. L'azienda valorizza dipendenti appassionati e competenti e si impegna ad attrarre nuovi talenti offrendo opportunità di crescita e supporto al loro benessere. Sono in atto varie iniziative per migliorare l'equilibrio tra lavoro e vita privata dei dipendenti, aumentando i servizi di welfare aziendale, offrendo formazioni personalizzate e programmi di sviluppo.

Continuando a essere leader nei prodotti da ricorrenza italiani, abbiamo la passione di condividere le nostre tradizioni con tutto il mondo: il nostro obiettivo non è solo deliziare i nostri consumatori, ma anche mantenere il nostro impegno verso la sostenibilità e il benessere dei dipendenti. Insieme, tratteremo il cammino verso un futuro più luminoso.

**Michele Bauli**

Presidente del Consiglio di Amministrazione

**Fabio Di Giammarco**

Amministratore Delegato

# 1

---

## INTRODUZIONE

8

1.1 IL PROFILO DEL GRUPPO

10

1.2 MISSION, VISION & VALORI

16







# 1.1 IL PROFILO DEL GRUPPO

Il Gruppo Bauli, leader nel settore dolciario, rappresenta il principale operatore a livello nazionale nel mercato ricorrenze, con un ampio portafoglio di prodotti a proprio marchio. Il Gruppo realizza importi significativi anche sul mercato internazionale.

Fondato nel 1922 a Verona come piccola pasticceria artigianale, Il Gruppo Bauli negli anni ha saputo coniugare in modo unico la valorizzazione della tradizione con la crescita economica, diffondendo l'eccellenza e il gusto dei prodotti italiani nel mondo. L'acquisizione di brand storici italiani come Motta, Doria, Bistefani e Alemagna ha rafforzato questo progetto, garantendo allo stesso tempo ad ogni marchio la propria specificità e identità.

Bauli è oggi attiva su diversi mercati:

- Il mercato delle Ricorrenze nel quale Bauli è leader a Natale con una quota superiore al 38% e a Pasqua con quota del 33,7%;
- Il mercato del Consumo quotidiano tramite il quale offre prodotti per

ogni preferenza, che grazie alla loro ecletticità sono adatti a diverse occasioni di consumo;

- Il mercato delle linee "Free-from", che comprendono prodotti senza glutine, latte e/o lattosio a marchio Bauli e Doria.

Grazie alla propria strategia, il Gruppo Bauli ha chiuso il bilancio 2022/2023 con ricavi pari a 633.588.426 euro e un utile netto di 4.123.111 euro. Il Gruppo conta 1.263 dipendenti al 30 giugno 2023, distribuiti in 7 stabilimenti produttivi e in 7 sedi commerciali in Italia e nel mondo.

## 100 ANNI DI STORIA E DI SUCCESSI

Il nostro Gruppo ha radici lontane, in un laboratorio artigianale nato nel 1922 a Verona, dalla passione del fondatore Ruggero Bauli e da un'antica ricetta di pandoro. Dopo 100 anni di storia di successo, il gruppo di tradizione familiare è oggi riconosciuto e amato in tutto il mondo: i prodotti del Gruppo Bauli sono infatti



**100+**

ANNI DI STORIA  
1922-2023

**633.6**

RICAVI (MLN EURO)  
2022/2023

**1.263**

DIPENDENTI AL  
30 GIUGNO 2023

**111.800**

TONS PRODOTTI  
VENDUTI NEL 2023

**1.150**

REFERENZE A  
PORTAFOGLIO NEL 2023

**260**

TIPOLOGIE PRODOTTO  
PRESENTI SUL MERCATO

**8.964**

ORE FORMAZIONE  
NON OBBLIGATORIA  
NEL 2022/2023

**84%**

DELL'ENERGIA ELETTRICA  
ACQUISTATA DA FONTI  
RINNOVABILI



presenti in oltre 70 paesi. Il 2022 è stato l'anno di grandi celebrazioni che hanno coinvolto non solo tutte le persone all'interno del Gruppo, ma anche tutti gli stakeholder che hanno seguito negli anni lo sviluppo di un'azienda solida come Bauli.

Nel corso di un secolo, Bauli ha guidato importanti cambiamenti, stimolato innovazioni e creato prodotti con passione, mantenendo un impegno costante verso la qualità e l'eccellenza. La curata dedizione al benessere dei consumatori rimane costante oggi come lo era cent'anni fa. Bauli continua a trarre ispirazione dalle sue ricche tradizioni accogliendo nel contempo il futuro, mantenendo sempre l'attenzione alla salute del pianeta e al benessere delle persone. Nel corso del 2022, Bauli ha celebrato il suo centenario con una serie di eventi indimenticabili e momenti magici, tra cui il lancio del primo Rapporto di Sostenibilità.

Un francobollo, appositamente dedicato al Gruppo Bauli, è stato presentato dal Ministero dello Sviluppo Economico come omaggio per celebrare l'importanza del Gruppo.

Questo gesto è un sincero riconoscimento a coloro che hanno guidato l'eccezionale crescita dell'azienda e a coloro che, con appassionato impegno, hanno contribuito a consolidare il Gruppo, il suo marchio e i suoi prodotti nell'immaginario collettivo italiano nel corso di un secolo.

Bauli, in collaborazione con uno degli artisti italiani acclamati a livello internazionale nel mondo della Street Art, ha voluto rappresentare la sua visione di bontà. Questo impegno creativo si è espresso in un'opera d'arte unica esposta con orgoglio all'ingresso della sede di Bauli a Castel d'Azzano, che non solo funge da narrazione distintiva della storia di Bauli attraverso le immagini, ma aggiunge anche valore estetico al luogo di lavoro, offrendo un'immagine accattivante e iconica per chiunque entri nella sede aziendale principale.

Per Bauli il Natale ha un significato speciale, e per il suo Centenario ha scelto di celebrarlo a Verona, la città dove è iniziato il suo grande viaggio. Bauli ha organizzato un pranzo natalizio, riunendo i propri dipendenti dall'Italia e da tutte le filiali estere, come un grande raduno familiare, un

---

**UN SINCERO  
RICONOSCIMENTO A  
COLORO CHE HANNO  
GUIDATO L'ECCEZIONALE  
CRESCITA DELL'AZIENDA.**

---


momento in cui si è potuto celebrare il Centenario ma anche condividere tutti insieme sentimenti ed emozioni dopo il difficile periodo di Covid-19.

Inoltre, a Natale e a Pasqua, sia il Panettone che la Colomba sono stati presentati sulle tavole di milioni di italiani con un packaging dedicato, per condividere e trasmettere a tutti l'emozione di un evento come il centenario del Gruppo.

Bauli è ugualmente orgogliosa di presentare il documentario "Bauli, per 100 anni creatori di bontà", nel quale viene raccontata la sua storia, quella di una famiglia che ha portato la bontà del Made in Italy in tutto il mondo. Questi primi 100 anni sono solo l'inizio: Bauli continuerà a rivoluzionare, inventare e creare bontà, con la stessa cura e lo stesso desiderio di sempre.

IL GRUPPO BAULI È PRESENTE CON I PROPRI PRODOTTI IN OLTRE 70 PAESI NEL MONDO, GRAZIE AD UNA CAPACITÀ PRODUTTIVA BASATA SUI 7 SITI PRODUTTIVI LOCALIZZATI IN ITALIA E IN INDIA E AD UNA STRUTTURA COMMERCIALE CHE PUÒ CONTARE SU 7 SEDI COMMERCIALI DISLOCATI IN FRANCIA, SLOVACCHIA, STATI UNITI, REGNO UNITO, INDIA E SINGAPORE.

# LA PRES IN ITALIA MONDO



**7**

STABILIMENTI PRODUTTIVI  
NEL MONDO

**7**

SEDI COMMERCIALI  
A PRESIDIO DEI MERCATI  
DI RIFERIMENTO

**70**

PAESI IN CUI SONO PRESENTI  
I PRODOTTI DEL GRUPPO

**6**

MARCHI DI  
RIFERIMENTO

#### SITI PRODUTTIVI


- Castel D’Azzano (VR)
- San Martino Buon Albergo (VR)
- Romanengo (CR)
- Orsago (TV)
- Altopascio (LU)
- Guarene (CN)
- Baramati (India)


#### SEDI COMMERCIALI

- Marsiglia (France)
- Bratislava (Slovakia)
- New York (USA)
- Londra (United Kingdom)
- Mumbai (India)
- Pune (India)
- Singapore

# ENZA A ENEL



 Paesi in cui trovare prodotti Bauli

 Paesi in cui è presente Bauli

### I NOSTRI MARCHI

The logo for Bauli, featuring the brand name in a stylized, cursive script with a registered trademark symbol, set against a light purple rectangular background.

Ormai giunta alla terza generazione, Bauli è una realtà industriale che è riuscita negli anni, grazie al proprio know how, alla passione per l'arte pasticceria e allo sviluppo tecnologico, ad affermarsi come leader nel settore dolciario nel mercato dei prodotti da ricorrenza e della croissanteria. Con i suoi cent'anni di passione e qualità, Bauli è il brand di riferimento per chi cerca soffici bontà d'ispirazione pasticceria, curate in ogni dettaglio, ideali per rendere speciali i dolci momenti quotidiani e della festa.

The logo for Doria, consisting of the brand name in a white, serif font inside a red oval with a white border.

La storia del marchio Doria parte a fine Ottocento, quando Alessandro Zanin e la sua famiglia cominciano a produrre pane e dolci. Nasce così, nel 1950, l'iconico frollino Bucaneve che in pochi anni porta l'azienda ad affermarsi nell'industria dolciaria, dando luce nel 1958 alla società Doria (dal nome del produttore svizzero di biscotti Renè Doria). Ancora oggi, il marchio mantiene i suoi valori: qualità, semplicità, naturalità e cura del prodotto. Un "patrimonio di famiglia" sempre al passo coi tempi, custodito e condiviso tra l'azienda e più generazioni di consumatori.

The logo for Motta, featuring the brand name in a white, serif font inside a dark blue rectangular background.

Sin dalla sua fondazione nel 1919 a Milano, per iniziativa di Angelo Motta, il brand Motta si distingue per la sua capacità di creare nel settore dolciario grazie a un patrimonio di conoscenze e competenze tecniche di altissimo livello. Forte del know acquisito, Motta è stato protagonista, negli anni, di innovazioni che sono andate oltre il prodotto, facendo tendenza nella società e nel linguaggio, segnando un cambiamento nello stile di vita.

The logo for Bistefani, featuring the brand name in a white, serif font inside a red oval with a gold border and a small crest above the text.

Il marchio Bistefani è nato nel 1955 a Casale Monferrato. Nei suoi 65 anni di storia il brand, rimasto fedele alla propria filosofia di pasticceria industriale di alta qualità, ancora oggi esprime la tradizione con i sempre attuali biscotti Krumiri. Oggi come allora i biscotti Krumiri vengono fabbricati coniugando rispetto per la tradizione e tecniche produttive innovative che garantiscono prodotti a cui è possibile indulgere quotidianamente.

The logo for Alemagna, featuring a stylized 'A' inside a circular emblem with the text 'ALEMAGNA' and 'MILANO 1921' below it.

Il Mito Alemagna nasce nel 1921 quando Gioacchino Alemagna, insieme al fratello, decide di aprire un'azienda per la produzione dolciaria a Melegnano, comune a pochi chilometri da Milano. È così che la Premiata Pasticceria Alemagna, specializzata nella produzione di dolci a lievitazione naturale, inizia a farsi conoscere dai consumatori dai quali riceve un sempre più favorevole riscontro, tanto da espandersi in pochi anni a livello nazionale e internazionale. Oggi come allora, Alemagna è simbolo di una produzione di tipo artigianale caratterizzata da qualità superiore, eleganza e stile.

The logo for Casalini, featuring the brand name in a white, serif font inside a blue, rounded rectangular shape with the tagline 'buone sempre' below it.

Casalini è il brand che, attraverso l'esperienza di F.B.F. nel processo di selezione degli ingredienti e della lievitazione naturale, garantisce una qualità certificata ad un prezzo contenuto. F.B.F. è la realtà produttiva del Gruppo Bauli che offre specializzazione, innovazione e servizio, con prodotti di elevato standard qualitativo a supporto della marca commerciale.

NEGLI ANNI ABBIAMO TRASFORMATO L'AMORE PER LA TRADIZIONE E L'ARTIGIANALITÀ IN CAPACITÀ IMPRENDITORIALE, ATTRAVERSO UN PERCORSO DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI ACQUISIZIONI STRATEGICHE DI BRAND ITALIANI CONOSCIUTI E APPREZZATI IN ITALIA E ALL'ESTERO. OGGI PORTIAMO NEL MONDO IL GUSTO E IL PIACERE DI PRODOTTI RICONOSCIUTI E AMATI DAI CONSUMATORI PER LA LORO QUALITÀ.

**2022** 

Da 100 anni Creatori di Bontà. Celebrazioni per i 100 anni dalla fondazione.

**2019** 

Acquisizione MaxSport, ora Bauli Slovackia & Republic Czeck.

**2017**

Apertura di uno stabilimento in India, per meglio raggiungere i paesi del Sud-Est Asiatico.

**2011** 

Acquisizione Fete Latine, ora Bauli France.

**2006** 

Acquisizione di Doria con la sua forte expertise in frollini e crackers.

**Anni '90**

Bauli entra nel mercato dei prodotti da forno continuativi con la nuova linea di croissant.

**Anni '50**

L'azienda sviluppa la propria attività avviando la produzione industriale.

**ONE BAULI 2023**

Evoluzione dei Valori e lancio della nuova Global Strategy.

 **2021**

Acquisizione Dacasto Gran Pasticceria.

 **2018**

Acquisizione quota maggioranza Alpipan.

 **2013**

L'acquisizione di Bistefani porta la gamma Krumiri.

  **2009**

Entrano in portfolio i marchi Motta e Alemagna per i prodotti da forno e cioccolato.

 **2004**

Ha inizio il percorso di forte espansione con l'acquisizione di F.B.F. Casalini.

**Anni '60**

Subentrano in azienda i tre figli di Ruggero: Alberto, Adriano e Carlo.

**1922**

Ruggero Bauli apre un piccolo laboratorio artigianale a Verona, puntando sulla ricotta tradizionale del pandoro.

# 1.2 VISION, MISSION & VALORI

# VISION

VOGLIAMO REGALARE  
MOMENTI GIOIOSI  
E DELIZIOSI AI  
CONSUMATORI DI  
TUTTO IL MONDO.  
CON TUTTI I NOSTRI  
BRAND E PRODOTTI  
ICONICI, OGNI  
GIORNO, AD OGNI  
GUSTOSO MORSO.

---



# MIS SION

ISPIRATI DA UNA TRADIZIONE CENTENARIA  
DI QUALITÀ ITALIANA, REALIZZIAMO  
DELIZIOSE CREAZIONI CHE SODDISFANO  
I BISOGNI E I DESIDERI DEI CONSUMATORI  
E DEI CLIENTI DI TUTTO IL MONDO.  
LO FACCIAMO PRENDENDOCI CURA DELLE  
NOSTRE PERSONE E DEL NOSTRO PIANETA.

---

# I NUOVI VALORI DEL GRUPPO

## GOODNESS



CREIAMO PRODOTTI  
DELIZIOSI E DI QUALITÀ

## PASSION



VOGLIAMO CONQUISTARE  
IL MERCATO, I CLIENTI  
E I CONSUMATORI

## COLLABORATION



SAPPIAMO CHE INSIEME  
VALIAMO DI PIÙ

## COURAGE



SOGNIAMO IN GRANDE,  
INNOVIAMO E MANTENIAMO  
LE NOSTRE PROMESSE

## CARE



CI PRENDIAMO CURA  
DELLE PERSONE  
E DEL NOSTRO PIANETA

## INTEGRITY



SCEGLIAMO SEMPRE  
LA VIA MIGLIORE

# 2

---

## ONE BAULI

20

2.1 LA NOSTRA GOVERNANCE	24
2.2 CRESCERE INSIEME HA UN SAPORE MIGLIORE	26
2.3 ETICA E INTEGRITÀ NEL BUSINESS	27
2.4 CREAZIONE DI VALORE	30





NEL 2023, BAULI HA DEFINITO “ONE BAULI”, UNA STRATEGIA CONCEPITA PER RAFFORZARE LA PROPRIA PRESENZA SIA NEI MERCATI NAZIONALI CHE INTERNAZIONALI. QUEST'INIZIATIVA MIRA A RAZIONALIZZARE LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E IL GOVERNO DELL'AZIENDA ATTRAVERSO L'IMPLEMENTAZIONE DI UN COORDINAMENTO CENTRALIZZATO. IL MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE DEL GRUPPO BAULI È ATTENTAMENTE VALUTATO PER FAVORIRE UNA COLLABORAZIONE ARMONIOSA TRA LE SUE DIVERSE COMPONENTI ED È DEDICATO A GARANTIRE UN APPROCCIO RESPONSABILE E TRASPARENTE ALLA GESTIONE AZIENDALE, IL TUTTO NEL PERSEGUIMENTO DELLA CREAZIONE DI VALORE PER I SUOI STAKEHOLDER NEL MERCATO.



80

MEMBRI EXTENDED LEADERSHIP TEAM



>633.6 M

TOTALE RICAVI (€) NEL 2022/2023



0

VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO NEL 2022/2023

Nel corso del 2023, Bauli ha avviato un processo strutturato di evoluzione del Gruppo, basato su una serie di iniziative volte a rafforzare la sua posizione in Italia e sui mercati internazionali: ONE BAULI o, come definito internamente, ONE B.

ONE B è concepito come un processo graduale di riorganizzazione del Gruppo, che attraverso una maggiore integrazione delle aziende che lo compongono mira a ottenere un'organizzazione aziendale e una governance più fluide, con coordinamento centralizzato.

Tra le prime iniziative nell'ambito di ONE B, nel 2023 sono state istituite quattro nuove unità strategiche di business:

- *Health & Wellbeing*: unità strategica di business in grado di riunire tutte le attività commerciali, di marketing e di

vendita legate ai Prodotti Salutistici (senza glutine, senza lattosio, senza zucchero aggiunto e proteici).

- *Bauli India*: per controllare l'attività che il Gruppo ha sviluppato negli ultimi anni nella parte più orientale del mondo.

- *International BU*: funzione completamente nuova con controllo diretto sullo sviluppo internazionale del Gruppo.

- *Business Unit Italy*: tutte le Organizzazioni Vendite del mercato domestico sono riunite in un'unica direzione. La BU Italy è strutturata per canale, con quattro linee di responsabilità relative a “Grande Distribuzione Organizzata”, “Marchi Distributore”, “Farmacie e Canali Specializzati” (per i prodotti “free-from”) e infine “Fuori Casa”.

**ONE B È CONCEPITO COME UN PROCESSO GRADUALE DI RIORGANIZZAZIONE DEL GRUPPO.**

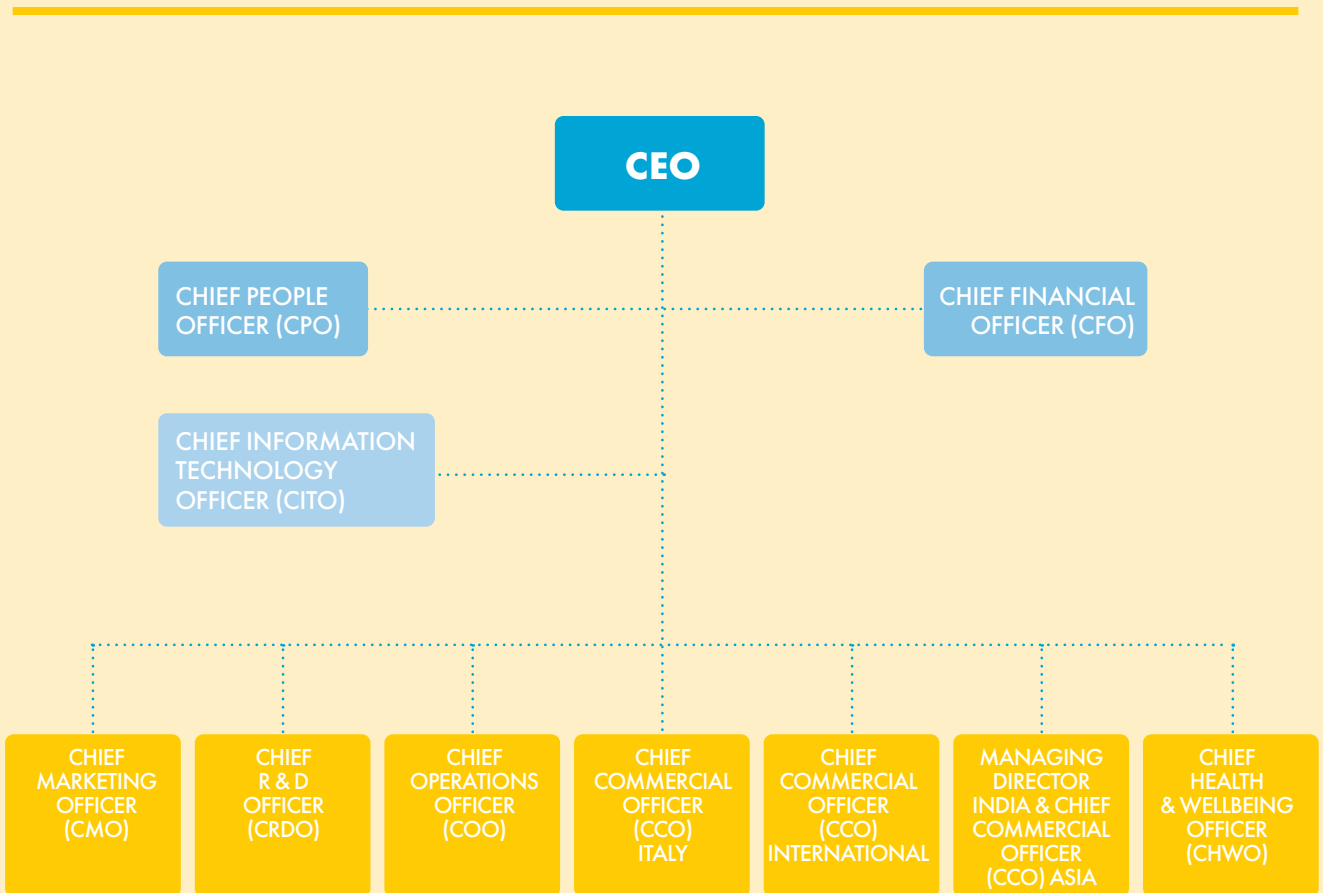
Inoltre le società Fête Latine e MaxSport sono state ridenominate rispettivamente "Bauli France" e "Bauli Slovakia and Czech Republic".

A livello operativo, va notato anche che le attività nell'ambito Operations, Procurement e Quality assurance sono state integrate all'interno di un unico Operations Department, al fine di garantire una gestione più efficiente di questi aspetti.

Un'altra novità è rappresentata dall'introduzione di un team di coordinamento a livello strategico, composto dai principali responsabili delle funzioni del Gruppo sia a livello

nazionale che internazionale: il Global Leadership Team. Il Leadership Team di Bauli è anche responsabile di coordinare le attività di raccolta dati e informazioni e, con la nomina del Sustainability Group Manager nel giugno 2023, redige il Sustainability Report con un approccio di reporting che prevede il consolidamento di informazioni e dati a livello di Gruppo. All'interno di questo contesto, il team tiene incontri periodici durante l'anno per condividere i progressi nella preparazione del Report e allo stesso tempo esamina le performance in materia di sostenibilità su questioni economiche, ambientali e sociali rilevanti.

**UN'ALTRA NOVITÀ È RAPPRESENTATA DALL'INTRODUZIONE DI UN TEAM DI COORDINAMENTO A LIVELLO STRATEGICO.**



## 2.1 LA NOSTRA GOVERNANCE

Il sistema di Corporate Governance adottato da Bauli è volto ad assicurare un'equilibrata collaborazione tra le sue componenti ed è orientato a garantire una conduzione responsabile e trasparente dell'impresa nei confronti del mercato, nella prospettiva di creazione di valore per gli stakeholder.

Per Gruppo Bauli si intende l'insieme di società nelle quali Bauli S.p.A. abbia quote di partecipazione sociali: vi sono pertanto diverse società possedute al 100%, con l'eccezione di Alpipan s.r.l. e Bauli Slovakia s.r.o. nelle quali vi è una partecipazione pari rispettivamente all'80% e al 90%. La stessa Bauli S.p.A. è controllata dalla holding Ruggero Bauli S.p.A., che è tuttora in capo alla famiglia Bauli, ormai giunta alla terza generazione di imprenditoria industriale.

Al Consiglio di Amministrazione della capogruppo Bauli S.p.A. è affidata la gestione strategica del Gruppo Bauli. Tale organo è composto da membri sia con ruoli esecutivi che con ruoli non esecutivi.

L'attuale Consiglio, espressione dei soci delle società controllanti, è stato eletto in concomitanza dell'approvazione del bilancio al 30 giugno 2021, con eccezione del CEO nominato all'inizio del 2023, e resterà in carica fino all'approvazione del Bilancio al 30 giugno 2024 previsto ad Ottobre 2024. In particolare, esso è composto da 7 membri, di cui 6 uomini e una donna, con una distribuzione per età così ripartita: 33% tra i 30-50 anni, 67% sopra i 50 anni. All'interno del Consiglio è presente un membro indipendente, dotato di requisiti di professionalità, imparzialità ed indipendenza. Ad oggi, la governance del Gruppo non prevede comitati endoconsiliari e processi di autovalutazione interni al Consiglio.

La struttura di governance del Gruppo Bauli prevede la presenza, pressoché ovunque, dell'Amministratore Delegato nel ruolo di legale rappresentante di ogni Società.

### 7

**MEMBRI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE, DI CUI 6 UOMINI E UNA DONNA, CON UNA DISTRIBUZIONE PER ETÀ COSÌ RIPARTITA: 33% TRA I 30-50 ANNI, 67% SOPRA I 50 ANNI.**

Nome e Cognome	Carica	Esecutivo	Non-Esecutivo	Indipendente
<b>Fabio Di Giammarco</b>	Amministratore Delegato	•		
<b>Michele Bauli</b>	Presidente del Consiglio di Amministrazione		•	
<b>Carlo Alberto Bauli</b>	Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione		•	
<b>Enrico Bauli</b>	Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione		•	
<b>Carlo Bauli</b>	Consigliere		•	
<b>Andrea Giuseppe Zocchi</b>	Consigliere		•	•
<b>Chiara Laura Bauli</b>	Consigliere		•	



A seconda della struttura possono essere presenti altri membri del C.d.A. di Bauli S.p.A. (in società possedute al 100% con natura prettamente commerciale) o persone che ricoprono ruoli di responsabilità nelle single società e che sono membri del GLT o dell' ELT. L'espressione dei membri del C.d.A. nei casi di partecipazione di maggioranza è declinata in modo da perseguire una visione olistica di processi gestionali, amministrativi, produttivi e di strategia espansiva. Non da ultimo, il coinvolgimento del Finance&Controlling Manager e del Compliance Officer ha lo scopo di assicurare adeguati flussi informativi per presidiare aree di elevato interesse e rischio per il socio di maggioranza.

La remunerazione degli amministratori della capogruppo è fissata da apposite delibere ed è approvata dall'Assemblea dei Soci. Tutti i dirigenti aziendali hanno

inoltre una retribuzione fissa e una quota variabile legata al raggiungimento di specifici obiettivi. Nelle società controllate, gli amministratori espressi dalla minoranza godono di indennità previste dall'assemblea stessa (che possono anche prevedere parti variabili in base all'andamento della società), mentre gli amministratori espressi dalla società controllante non ricevono alcuna indennità aggiuntiva per l'incarico. Le politiche di remunerazione sono definite da processi gestiti dalla Direzione HR&Organizzazione della capogruppo.

Il Collegio Sindacale è l'organo di controllo incaricato di vigilare sull'osservanza della legge e delle norme societarie, oltre a monitorare l'adeguatezza dei controlli interni e della struttura organizzativa della società. La composizione del Collegio Sindacale della capogruppo Bauli S.p.A. al 30 giugno 2023 è la seguente:

**Presidente:** Giovanni Maccagnani

**Sindaco Effettivo:** Alessandro Testa

**Sindaco Effettivo:** Franco Valotto

**Sindaco Supplente:** Alberto Mion

**Sindaco Supplente:** Milena Rettondini

Anche al fine di garantire la prevenzione e l'eventuale mitigazione di conflitti di interesse, i rapporti di direzione e controllo tra la Società Controllante e le consociate sono comunicati in carta intestata come per legge. Solo l'Amministratore Delegato ha un ruolo primario nei Consiglio di Amministrazione di tutte le controllate, mentre il Presidente ed il Vicepresidente sono solamente all'interno di board di società interamente possedute da Bauli spa. Non esistono partecipazioni sociali in fornitori terzi.

Il Gruppo ha attivato azioni specifiche al fine di allineare le modalità di amministrazione, gestione e controllo delle principali aree di attività tra capogruppo e società controllate. In particolare, è stata avviata la realizzazione di Global Policy finalizzate a diffondere le buone pratiche operative e gestionali tra i team locali e Corporate, stabilire adeguati flussi informativi, definire i contenuti e i tempi della loro condivisione e garantire la conformità di tutte le entità del Gruppo.

**LE POLITICHE DI REMUNERAZIONE SONO DEFINITE DA PROCESSI GESTITI DALLA DIREZIONE HR&ORGANIZZAZIONE DELLA CAPOGRUPPO.**

## 2.2 CRESCERE INSIEME HA UN SAPORE MIGLIORE

IL GLOBAL LEADERSHIP TEAM È COMPOSTO DALLE PRINCIPALI FUNZIONI AZIENDALI E RIPORTA DIRETTAMENTE AL CEO. IN QUESTO MODO, OLTRE AD AVERE IL CONTROLLO E LA RESPONSABILITÀ PER LE RISPETTIVE AREE DI COMPETENZA, I MEMBRI POSSONO ANCHE DISCUTERE DIRETTAMENTE GLI OBIETTIVI STRATEGICI DEFINITI A LIVELLO AZIENDALE.



Consiste in un incontro mensile, condiviso con tutte le entità del Gruppo, in cui tutte le persone possono condividere risultati finanziari, KPI, progetti in corso, dati o sollevare domande e preoccupazioni al CEO e al GLT.

Un gruppo di persone che si distinguono per la loro unicità e che lavorano insieme con reciproca fiducia per creare benessere per i consumatori di tutto il mondo, mettendo le proprie competenze a disposizione di un obiettivo comune: crescere insieme, come azienda e come professionisti.

Per aumentare il coinvolgimento diretto dei livelli manageriali del Gruppo nei processi strategici, è stato definito anche l'Extended Global Leadership Team, un gruppo di circa 80 persone. Parte di questo gruppo può riportare e interagire direttamente con i membri del Global Leadership Team.

All'interno del Global Leadership Team, accanto a dipartimenti storicamente presenti nel Gruppo come Finance Department, Operations Department, Sales, R&D Department e IT Department, ci sono anche le funzioni organizzative a capo delle nuove Business Unit del Gruppo: Italy, Bauli India, Health and Wellbeing e International Department.

Per sostenere il processo di internazionalizzazione del Gruppo, è stata identificata un'iniziativa chiave per guidare questo nuovo sviluppo: Bauli Together.

Alcuni Ambassador (G.I.V.E.R.) prendono parte alle attività di questo gruppo ampliato. Dal 2020, stanno facilitando attività di coinvolgimento e discussione interne per identificare chiaramente i Valori, la Visione e la Missione del Gruppo. Questo progetto di Identità Aziendale, attraverso l'individuazione dei G.I.V.E.R., ha il compito di diffondere questi valori e di essere un punto di riferimento per le persone dell'azienda.

## 2.3 ETICA E INTEGRITÀ NEL BUSINESS

Un concreto e costante impegno sui temi dell'etica e dell'integrità nell'ambito delle attività del Gruppo è necessario al fine di ridurre significativamente il rischio di potenziali impatti negativi sulle persone, sull'economia e sull'ambiente che possono essere generati da eventuali violazioni di normative o dall'adozione di comportamenti non conformi con corrette pratiche di business.

In quest'ottica, Bauli da sempre opera con integrità, nel rispetto non solo delle leggi e delle normative vigenti, ma anche di principi irrinunciabili quali equità, onestà e rispetto.

Tutte le attività del Gruppo si basano sull'attenzione ai valori fondamentali dell'azienda, che proprio nel corso del 2023 sono stati ridefiniti ed integrati considerando la posizione del Gruppo in un contesto internazionale e nella sua visione del futuro. Nuovi progetti e idee stanno proiettando il Gruppo nel futuro anche grazie a strategie di sviluppo e percorsi che sfruttano il grande patrimonio di qualità e credibilità nel mercato. L'insieme di caratteristiche distintive e unicità che contraddistinguono il Gruppo e l'orientamento ai valori fondamentali sono fattori imprescindibili che influenzano positivamente le scelte delle persone in modo coerente con un approccio etico e di integro in ogni situazione.

A questo riguardo il Gruppo ha sviluppato politiche e procedure specifiche per garantire costantemente la conformità ai valori e alle normative vigenti, e sovrintende attraverso la funzione di Compliance, da anni è coordinata da un Compliance Officer che, a partire dal 2022-2023, ricopre la posizione di Group Legal & Compliance Manager e riporta non solo al CEO della società madre, ma può interfacciarsi direttamente con il Consiglio di Amministrazione.

Nell'ambito dell'approccio One Bauli, il Gruppo mira ad allineare progressivamente la cultura aziendale, gli approcci e gli standard di conformità tra le varie società. A tal fine, sono stati avviati incontri periodici di Compliance, incontri informali a cui partecipa il Group Legal & Compliance Manager (e altre funzioni specializzate coinvolte di volta in volta su richiesta) con le funzioni di gestione delle società del Gruppo. Durante questi incontri, focalizzati sugli aspetti prioritari di conformità e governance delle varie società, viene esaminato lo stato di attuazione delle misure di salvaguardia legate a specifiche aree di rischio e vengono stabilite adeguate azioni di miglioramento, su cui successivamente deve essere fornita un' adeguata rendicontazione.

### IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE AI SENSI DEL D.LGS. 231/01

Fin dal 2012 la capogruppo Bauli S.p.A. ha adottato un proprio Modello di organizzazione e gestione (di seguito anche "Modello organizzativo"), periodicamente aggiornato negli anni successivi in riferimento al mutato assetto organizzativo e normativo.

Il Modello Organizzativo è un insieme di principi, regole, procedure e controlli pensati per prevenire la commissione dei reati-presupposto sulla base della valutazione e gestione dei rischi presenti. In linea con la normativa vigente, è previsto un preciso sistema di sanzioni disciplinari applicabili in caso di violazione dei diversi aspetti del modello

Nel corso del 2022, con l'aggiornamento del Codice Etico, l'azienda ha predisposto anche l'aggiornamento

completo del Modello, che è stato formalmente approvato dal Consiglio di Amministrazione nel febbraio 2023 e sarà anch'esso aggiornato per conformarsi al nuovo insieme di valori e principi recentemente emessi.

### IL CODICE ETICO 2.0

La capogruppo Bauli S.p.A. conduce le proprie attività e le relazioni con i propri stakeholder interni ed esterni secondo i principi e i valori enunciati nel Codice Etico 2.0.

Il Codice Etico 2.0, che rappresenta parte integrante del Modello DI Organizzazione e Gestione ai sensi del D.Lgs. 231/01, è costituito:

- dai valori e dai principi generali sulle relazioni con i portatori di interesse;
- dai criteri di condotta verso ciascuna classe di portatori di interessi, che forniscono nello specifico le linee guida e le norme alle quali Bauli e i suoi collaboratori sono tenuti ad attenersi per il rispetto dei valori e dei principi generali e per prevenire il rischio di comportamenti non etici;
- dalle modalità di attuazione, che descrivono il sistema di controllo finalizzato all'osservanza del Codice Etico e al suo miglioramento.

Il Codice Etico si applica a Bauli ed è, di conseguenza, vincolante per tutti i suoi dipendenti, collaboratori e amministratori, i quali sono tenuti a osservare e a far rispettare i principi descritti nel Codice Etico stesso. A fronte di ciò, Bauli promuove la più ampia diffusione del codice presso tutti i soggetti interessati e la corretta interpretazione dei suoi contenuti anche attraverso attività di verifica e monitoraggio dell'applicazione del codice stesso.

La formazione interna per i dipendenti, in relazione al Codice Etico ed al Modello 231, avviene secondo diverse linee di azione. Da un lato sono consegnati, all'atto dell'assunzione, opuscoli informativi che il dipendente si impegna formalmente a conoscere per conformarsi a livello di comportamenti. Dall'altro sono organizzate sessioni frontali, con verifica di profitto, circa gli elementi essenziali del Modello 231 e del Codice Etico.

La formazione interna, tuttavia, non si esaurisce all'atto dell'assunzione ma rimane elemento imprescindibile – in modo dinamico – anche nel corso del percorso professionale di ogni dipendente.

Inoltre, il Codice Etico ha valenza non solo interna, ma anche esterna: infatti l'azienda ne chiede il rispetto a propri Stakeholder, quali clienti e fornitori. In tutti i contratti stipulati sono presenti clausole specifiche sul rispetto del Modello Organizzativo e del Codice Etico, la cui violazione determina inadempimento contrattuale e legittima la risoluzione del contratto oltre alla richiesta di risarcimento dei danni.

La nuova versione del Codice Etico è stata redatta nel corso del 2022, in concomitanza con l'aggiornamento del Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.Lgs. 231/01 e sarà aggiornato prossimamente per conformarsi ai nuovi Valori del 2023.

### L'ORGANISMO DI VIGILANZA

Bauli si impegna ad assicurare la massima diffusione del Codice Etico ed in particolare ha costituito un Organismo di Vigilanza (O.d.V.), che ha il compito di far rispettare il Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.Lgs. 231/01, di cui il Codice Etico è parte integrante.

Il funzionamento dell'O.d.V. è stabilito da uno specifico Regolamento, che gli assegna i seguenti compiti:

- monitorare l'applicazione del Codice etico attraverso verifiche e raccolta di segnalazioni da portatori d'interessi interni ed esterni;
- trasmettere al management aziendale la richiesta di applicazione di eventuali sanzioni per violazioni del Codice etico;
- relazionare periodicamente al Consiglio di amministrazione sui risultati dell'attività svolta;
- esprimere pareri su revisioni delle procedure più rilevanti per garantire la coerenza con i principi del Codice etico;
- proporre, ove necessario, revisioni del Codice etico.

L'Organismo di Vigilanza è composto da tre membri e si riunisce con periodicità trimestrale presso le sedi dei principali siti produttivi e con sedute straordinarie in caso di eventi rilevanti rispetto al tema dell'etica e dell'integrità del business.

### LA PROCEDURA SEGNALAZIONI (WHISTLEBLOWING)

Bauli ha adottato dal 2019 un'apposita Procedura Segnalazioni (Whistleblowing) che permette ai dipendenti dell'Azienda ed agli stakeholder esterni di segnalare in modo anonimo e senza ritorsioni eventuali comportamenti dannosi per l'azienda o per i suoi dipendenti. La Procedura Segnalazioni, adeguata agli aggiornamenti normativi stabiliti dal D.Lgs. 24/2023, è finalizzata a gestire correttamente la segnalazione di eventuali violazioni e irregolarità riguardanti il Modello Organizzativo o il Codice Etico, commissioni di reati, violazioni gravi dal punto di vista etico e professionale.

**IL CODICE ETICO SI APPLICA A BAULI ED È, DI CONSEGUENZA, VINCOLANTE PER TUTTI I SUOI DIPENDENTI, COLLABORATORI E AMMINISTRATORI, I QUALI SONO TENUTI A OSSERVARE E A FAR RISPETTARE I PRINCIPI DESCRITTI NEL CODICE ETICO STESSO.**

Nel corso del 2022 lo strumento di segnalazione è stato ulteriormente migliorato e reso accessibile per tutte le società del Gruppo<sup>1</sup>: disponibile online, non solo è stata migliorata la sua interfaccia grafica, ma anche la gestione dei dati e delle informazioni richieste. Le segnalazioni, raccolte in forma anonima, sono gestite direttamente dal Group Legal & Compliance Manager e, dopo essere state categorizzate, vengono comunicate all'Organismo di Vigilanza che si occupa delle indagini e, se necessario, informa altri organi. A seguito della segnalazione, l'azienda interviene attraverso i suoi organi per ricostruire i fatti e prendere le misure appropriate.

Durante l'anno fiscale 2022-2023 sono state presentate tre segnalazioni anonime all'Organismo di Vigilanza, ma nessuna di esse era collegata al Decreto Legislativo 231/2001. Dopo un'indagine l'Organismo di Vigilanza ha determinato che tali segnalazioni erano, in realtà, preoccupazioni sollevate dai dipendenti operai riguardanti "protezione dei dati" e "sicurezza negli impianti". Queste preoccupazioni sono state successivamente affrontate dai dipartimenti interni responsabili di tali ambiti.

<sup>1</sup> Il portale aziendale per le segnalazioni è disponibile per tutto il Gruppo al seguente link: [www.bauligroup.whistlelink.com](http://www.bauligroup.whistlelink.com). All'interno delle aziende del Gruppo in cui non è in vigore il sistema di segnalazione, la funzione Compliance della capogruppo è disponibile in veste consultiva. Si sottolinea che Bauli Slovacchia e Repubblica Ceca ha istituito un sistema di gestione simile a un Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del Decreto Legislativo 231/01 per l'adozione di misure interne di prevenzione dei reati, che prevede una linea diretta di segnalazione tramite e-mail alla funzione di conformità aziendale.

## LA PREVENZIONE DEI REATI DI CORRUZIONE

Al fine di prevenire ogni situazione che possa generare il rischio di episodi di corruzione, il Gruppo ha sviluppato una Gift Policy, con lo scopo di definire i principi di controllo e di comportamento cui ogni dipendente deve attenersi nella gestione degli omaggi, delle liberalità e delle sponsorizzazioni. Questa politica, citata anche all'interno del Codice Etico e del Modello 231, monitora tramite puntuali definizioni le condizioni per le quali possibili atti di cortesia in entrata o in uscita dall'Azienda possano essere accettati o meno. In tutti i casi, eventuali omaggi e/o atti di cortesia devono sempre essere autorizzati e documentati in modo adeguato.

Con lo scopo di mantenere trasparenza e integrità internamente al Gruppo e verso l'esterno, l'azienda ha inoltre sviluppato un sistema di controllo dei rapporti che avvengono con la Pubblica Amministrazione. Tutte le aree aziendali hanno il dovere di dichiarare all'Organismo di Vigilanza, tramite apposita documentazione, la tipologia di rapporti intervenuti con membri della Pubblica Amministrazione, le necessità del caso, le attività svolte e le persone coinvolte.

## LA PROCEDURA DI GESTIONE DELLA CRISI

Bauli adotta una specifica procedura di gestione delle situazioni che rischiano di danneggiare la performance e la reputazione aziendale. Mettendo in atto varie pratiche, è possibile gestire e mitigare le conseguenze negative di una possibile crisi o di situazioni critiche per l'azienda, che possano scaturire sia da atti involontari e/o fenomeni accidentali che da atti volontari di natura dolosa e colposa, causando così importanti danni economici o d'immagine.

Tale procedura prevede il coinvolgimento di diverse aree aziendali e la partecipazione dell'Amministratore Delegato, il quale può informare, nell'ambito del suo ruolo, anche l'intero Consiglio di Amministrazione della società capogruppo.

---


**AL FINE DI PREVENIRE OGNI SITUAZIONE CHE POSSA GENERARE IL RISCHIO DI EPISODI DI CORRUZIONE, IL GRUPPO HA SVILUPPATO UNA GIFT POLICY.**

## 2.4 CREAZIONE DI VALORE

L'anno fiscale che si è concluso il 30 giugno 2023 è stato segnato da un periodo economico eccezionalmente turbolento, caratterizzato dal conflitto russo-ucraino, dalla transizione dalla pandemia con le sue successive sfide produttive e dall'aumento dell'influenza globale della Cina, che ha sollevato preoccupazioni negli Stati Uniti. Questi fattori, insieme ad altri, hanno portato a un aumento significativo e incontrollato dei costi delle materie prime e della loro disponibilità durante l'anno fiscale: i prezzi dell'energia, in particolare del gas, e di varie risorse legate all'energia (compresi materiali per l'imballaggio), così come le principali materie prime esportate dall'Ucraina (come fertilizzanti e cereali), hanno registrato notevoli aumenti. Ciò ha comportato un duplice effetto: aumento diffuso dell'inflazione, che ha raggiunto livelli non visti dagli anni '80, e una riduzione dei margini di profitto per le aziende che, a causa della limitata capacità di negoziazione con i distributori su larga scala, non sono riuscite a trasferire completamente i maggiori costi di produzione ai consumatori. Al momento della stesura di questo rapporto, le pressioni sui prezzi non si sono significativamente attenuate: sebbene i prezzi dell'energia si siano leggermente

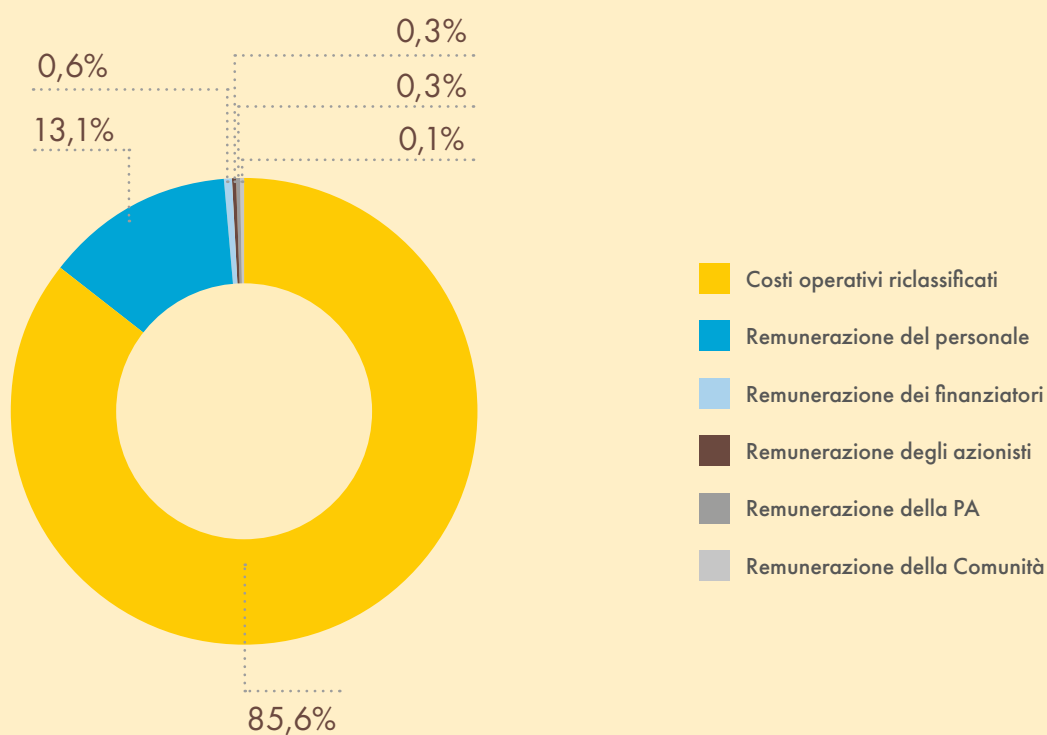
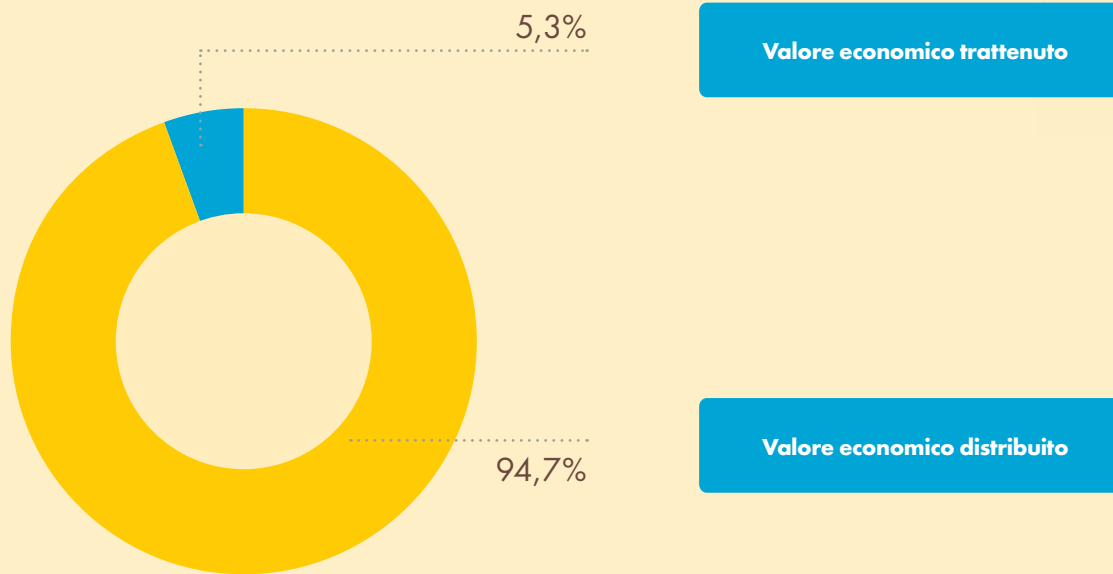
moderati rispetto ai picchi del 2023, rimangono considerevolmente più alti rispetto ai livelli precedenti. Altre commodities mostrano comportamenti variabili, influenzati dalle dinamiche del mercato globale. Attualmente, l'attenzione è concentrata sulle banche centrali e sulla loro gestione dei tassi di interesse, con l'attesa di potenziali impatti sull'economia reale: sembra che gli aumenti significativi dei tassi di interesse osservati negli ultimi 12 mesi possano considerarsi conclusi, tuttavia è innegabile che il costo del denaro sia generalmente aumentato, riducendo ulteriormente i profitti delle aziende già gravati dai maggiori costi operativi.

In questo scenario complesso il Gruppo Bauli è riuscito a incidere positivamente sui contesti economici in cui opera. Il valore economico direttamente generato dal Gruppo Bauli nell'anno fiscale 2022/2023 ammontava a 639.144.991 euro, con un aumento di circa il 16% rispetto all'anno precedente. Il valore economico distribuito, pari a 605.121.753 euro, è principalmente rappresentato dai costi operativi riclassificati di 517.781.212 euro, seguiti dalla remunerazione del personale di 79.286.237 euro. La remunerazione delle pubbliche amministrazioni ammonta a 1.828.774 euro, mentre la remunerazione degli azionisti è di 1.965.100 euro e quella dei finanziatori di 3.445.027 euro. Il valore distribuito dalla Bauli alla comunità è stato di 814.649 euro. Pertanto, il valore trattenuto dalla Bauli è stato di 34.023.236 euro (pari al 5,3% del totale generato).



**IN QUESTO SCENARIO COMPLESSO IL GRUPPO BAULI È RIUSCITO A INCIDERE POSITIVAMENTE SUI CONTESTI ECONOMICI IN CUI OPERA.**

## Valore economico direttamente generato e distribuito dal Gruppo



# 3

---

## APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ 32

3.1 LE NOSTRE PRIORITÀ	34
3.2 GESTIONE DELLE TEMATICHE MATERIALI	38







IL GRUPPO HA ALLINEATO IL PROPRIO APPROCCIO ALLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ CON L'ULTIMA VERSIONE DEI GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS, SCEGLIENDO L'OPZIONE "IN CONFORMITÀ" ("IN ACCORDANCE"). INOLTRE, IL GRUPPO HA AGGIORNATO L'ANALISI DI MATERIALITÀ, CONSIDERANDO I FATTORI CONTESTUALI, IDENTIFICANDO E PRIORITIZZANDO I PROPRI IMPATTI E DELINEANDO LE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI. BAULI HA ANCHE PARTECIPATO CON SUCCESSO AL QUESTIONARIO SULLA SOSTENIBILITÀ DI ECOVADIS, ATTRIBUENDOSI LA MEDAGLIA ECOVADIS SILVER. QUESTO RICONOSCIMENTO POSIZIONA IL GRUPPO TRA LE PRIME IL 25% DELLE AZIENDE VALUTATE DA ECOVADIS.



14

TEMATICHE RILEVANTI



3<sup>a</sup>

EDIZIONE REPORT  
DI SOSTENIBILITÀ



Top 25%

CLASSIFICA FRA LE AZIENDE  
VALUTATE DA ECOVADIS

## 3.1 LE NOSTRE PRIORITÀ

### IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ DI BAULI

Il percorso del Gruppo Bauli verso la sostenibilità ha visto una progressiva evoluzione degli strumenti e degli approcci utilizzati al fine di migliorare nel tempo le proprie performance economiche, ambientali e sociali. L'adozione di sistemi di gestione integrati per qualità, sicurezza e ambiente, responsabilità sociale, certificati secondo le norme ISO9001, ISO14001, ISO45001 e SA8000, è stato uno dei primi passi che ha portato il Gruppo a intraprendere un percorso virtuoso.

Nel 2021 è stata avviata l'attività sulle tematiche della sostenibilità che ha portato alla prima Analisi di Materialità del Gruppo e a un progetto iniziale di reportistica, la Brochure di Sostenibilità. L'anno successivo, in occasione del centenario del Gruppo, è stato pubblicato il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Bauli.

Il 2023 vede il proseguimento di questo percorso strutturato verso la sostenibilità, che ha portato il Gruppo ad intensificare le proprie attività dedicate, mantenendo la sua posizione avanzata rispetto alle attuali normative

## 2021

**È STATA AVVIATA L'ATTIVITÀ  
SULLE TEMATICHE DELLA  
SOSTENIBILITÀ CHE HA  
PORTATO ALLA PRIMA  
ANALISI DI MATERIALITÀ  
DEL GRUPPO.**

e ai principali criteri dello sviluppo sostenibile. In particolare, Bauli ha avviato un processo di analisi per definire le questioni materiali in linea con gli Standard di Reporting sulla Sostenibilità GRI, attraverso l'identificazione degli impatti più significativi generati dal suo business. Nel corso dell'anno, sono state anche condotte ulteriori attività per approfondire la conoscenza del Gruppo riguardo al suo impatto ambientale e sociale; in particolare, è stata condotta la prima valutazione del ciclo di vita (LCA) su alcune categorie di prodotti del Gruppo, e per la prima volta è stata compilato il questionario sulla sostenibilità di Ecovadis, uno dei sistemi di valutazione ESG più utilizzati al mondo.

## I NOSTRI PORTATORI DI INTERESSE (STAKEHOLDER)

Un coinvolgimento efficace e continuativo degli stakeholder consente alle aziende di raccogliere informazioni essenziali legate

ai loro impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, e di sviluppare decisioni strategiche più inclusive ed efficaci.

Bauli ha identificato i suoi stakeholder con l'obiettivo di coinvolgerli nelle sue scelte e di includerli nei suoi processi aziendali. I risultati di questa analisi sono stati integrati e confrontati con quanto emerso da un'analisi di benchmark mirata a mappare le attuali tendenze anche tra i principali concorrenti e le migliori pratiche a livello nazionale e internazionale. Ciò ha portato all'identificazione di 12 categorie di stakeholder, che sono state successivamente prioritarizzate dal Management durante il Workshop sulla Materialità.

In conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards, l'azienda ha utilizzato le informazioni provenienti dall'attività di coinvolgimento di queste categorie di stakeholder come uno dei principali input necessari per identificare e valutare i suoi impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

**BAULI HA IDENTIFICATO I SUOI STAKEHOLDER CON L'OBIETTIVO DI COINVOLGERLI NELLE SUE SCELTE E DI INCLUDERLI NEI SUOI PROCESSI AZIENDALI.**



## L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Il Gruppo ha intrapreso azioni per identificare i suoi impatti economici, ambientali e sociali (inclusi gli impatti sui diritti umani) e le relative tematiche di sostenibilità rilevanti attraverso un processo di analisi di materialità aggiornato, in conformità con i nuovi GRI Universal Standards 2021. Questa analisi è stata condotta in modo indipendente nel processo di reportistica sulla sostenibilità e ha richiesto un coinvolgimento costante degli stakeholder chiave. In particolare, il processo di determinazione delle tematiche rilevanti del Gruppo Bauli è stato strutturato in tre fasi principali:

### Analisi del contesto

L'analisi del contesto dell'organizzazione ha incluso un'analisi dettagliata delle sue attività, delle relazioni commerciali e del posizionamento all'interno di un contesto di sostenibilità. È stata condotta un'analisi di benchmark su un campione di aziende del settore, considerando anche fonti internazionali come Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Sustainability Reporting Standards (GRI standards), S&P Global Yearbook e UNEP FI's Impact Radar. Questa attività ha portato all'identificazione di un elenco iniziale di 34 impatti presumibilmente rilevanti per le attività svolte dal Gruppo.

### Identificazione e valutazione degli impatti

Questa fase ha permesso al Gruppo di valutare e prioritizzare i suoi principali impatti, attuali e potenziali, positivi e negativi sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi gli impatti sui diritti umani. La fase di valutazione ha coinvolto la dirigenza di vertice del

Gruppo (Global Leadership Team) e un gruppo di stakeholder rilevante per il Gruppo, nello specifico:

- 10 fornitori tramite uno specific group;
- 7 clienti tramite interviste individuali.

Le azioni di coinvolgimento hanno permesso di raccogliere dati quantitative, assegnando a ciascun impatto un ordine di grandezza (da 1 a 5) in relazione alla sua portata, all'ambito e alla probabilità di verificarsi, e informazioni qualitative sugli impatti più significativi legati alle attività e quindi alle tematiche materiali per il Gruppo. I risultati sono stati opportunamente confrontati con quanto ottenuto dal coinvolgimento del top management dell'azienda per aggiornare il punteggio assegnato agli impatti economici, sociali ed ambientali del Gruppo.

## Lista dei temi materiali

Tutela dei consumatori e sicurezza alimentare

Salute e sicurezza dei lavoratori

Consumi energetici, emissioni e climate change

Diversità, inclusione e pari opportunità

Gestione degli scarti ed Economia circolare

Packaging sostenibile

Performance economica

Formazione, sviluppo e benessere dei lavoratori

Marketing e comunicazione responsabili


Qualità e sostenibilità delle materie prime

Etica, integrità nel business ed anti-corruzione

Gestione responsabile della catena di fornitura

Innovazione di processo e di prodotto, R&D

Corretta nutrizione e benessere del consumatore



**LE TRE PRINCIPALI  
TEMATICHE PER IL GRUPPO  
SONO "PROTEZIONE DEL  
CONSUMATORE E SICUREZZA  
ALIMENTARE", "SALUTE E  
SICUREZZA" E "CONSUMO  
DI ENERGIA, EMISSIONI E  
CAMBIAMENTI CLIMATICI".**

### Prioritizzazione degli impatti più significativi

A seguito della valutazione d'impatto condotta con il coinvolgimento sia della Direzione del Gruppo che degli Stakeholder rappresentativi, gli impatti sono stati prioritizzati (dal più rilevante al meno rilevante) ed è stata definita la soglia di materialità. Gli impatti identificati come significativi sono stati infine aggregati in temi materiali.

La prioritizzazione ha evidenziato che le tre principali tematiche per il Gruppo sono "Protezione del Consumatore e Sicurezza Alimentare", "Salute e Sicurezza" e "Consumo di Energia, Emissioni e Cambiamenti Climatici".

I risultati sono stati condivisi e discussi internamente dal Global Leadership Team, il che ha portato ad un aumento della materialità per gli argomenti "Diversità, Inclusione e Parità di Opportunità" ed "Etica, Integrità nel Business e Anticorruzione". "Qualità e sostenibilità delle materie prime" è stata identificata come ulteriore nuova tematica di materialità per rappresentare gli impatti potenziali sul consumo di materie prime alimentari per la produzione, sugli ecosistemi e sulla salute del suolo, nonché sulla gestione della tracciabilità delle materie prime e dei prodotti.

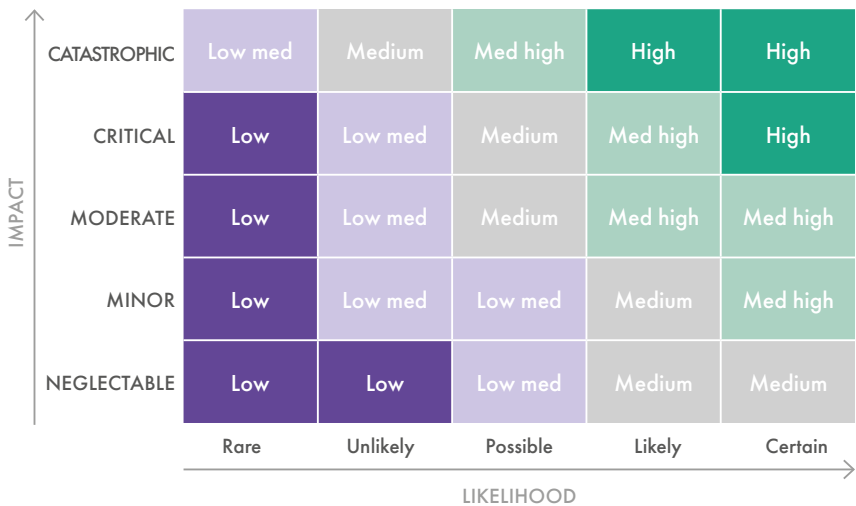
Il risultato del lavoro svolto è riportato nella seguente lista tematiche rilevanti e degli impatti attuali e potenziali ad esse associati, approvati dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo.

### Valutazione dei rischi : la matrice di Analisi dei Rischi

Nel corso del 2022-2023, il Gruppo Bauli ha avviato un processo di Valutazione dei Rischi basato su un'analisi in grado di valutare i possibili rischi nelle diverse aree all'interno del Gruppo, in conformità con i requisiti dello standard ISO9001.

È stato avviato un processo di valutazione dei possibili rischi associati alle attività svolte quotidianamente dalle singole aree al fine di identificare le azioni e le salvaguardie necessarie per la mitigazione e la gestione dei rischi e delle possibili cause che potrebbero influire sul business del Gruppo.

A tal proposito, Bauli ha intenzione di implementare questa analisi nei prossimi anni al fine di ottenere un modello sempre più accurato che possa prendere in considerazione anche internamente i principali fattori ESG.



## 3.2 GESTIONE DELLE TEMATICHE MATERIALI

Il Consiglio di Amministrazione (della Capogruppo) è responsabile della definizione dei valori aziendali, delle linee guida strategiche sulle questioni legate alla sostenibilità e dell'approvazione degli obiettivi e delle azioni di attuazione. La pianificazione strategica e la supervisione dell'attuazione dei progetti legati alla sostenibilità sono affidate al Global Leadership Team, composto dai responsabili delle funzioni aziendali del Gruppo e delle nuove unità aziendali a livello nazionale e internazionale. Nel corso degli anni, il Dipartimento Amministrazione e Finanza e il Dipartimento Operazioni hanno svolto informalmente il ruolo di coordinare e sviluppare queste questioni per l'intero Gruppo. Dal giugno 2023, è stato nominato un Responsabile del Gruppo Sostenibilità per sovrintendere a tutte le questioni ESG.

Il Consiglio di Amministrazione tiene incontri informali mensili allo scopo di esaminare dettagliatamente le prestazioni della gestione. In questi incontri vengono presi in considerazione, tra le altre cose, le performance del Gruppo su questioni economiche, ambientali e sociali, così come eventuali rapporti ricevuti dagli stakeholder.


Durante la riunione del Consiglio di Amministrazione per l'approvazione del Rapporto sulla Sostenibilità il vertice aziendale esamina le prestazioni annuali in termini di impatti economici, ambientali e sociali e definisce o aggiorna le linee guida strategiche per l'intero Gruppo.

A partire dall'anno fiscale 2021-2022 il Gruppo ha scelto di allineare la data di approvazione del Rapporto sulla Sostenibilità a quella del Bilancio Consolidato: questo allineamento garantisce il coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, che costituisce parte integrante dei processi di analisi e di redazione del Bilancio di Sostenibilità.

Nel corso dell'anno, con la partecipazione del Consiglio di Amministrazione e del Global Leadership Team, sono state organizzate sessioni di informazione e aggiornamento sulle questioni legate alla sostenibilità al fine di garantire la crescita delle conoscenze e delle competenze dei vertici aziendali in questo ambito.

L'istituzione del nuovo Global Leadership Team, avvenuta nel corso dell'anno fiscale 2022-2023, ha portato a un coinvolgimento completo delle aziende del Gruppo sulle questioni legate alla sostenibilità, garantendo un allineamento a livello aziendale complessivo. La struttura di questo Team prevede infatti la presenza di membri della Capogruppo che possono così trasmettere sinergicamente valori, strategie e obiettivi sulle questioni legate alla sostenibilità.

Considerando i temi materiali e gli impatti ad essi correlati, il Gruppo ha identificato politiche e impegni per prevenire e mitigare i propri potenziali impatti negativi. Inoltre, Bauli si impegna a sviluppare azioni per migliorare gli impatti positivi attuali e potenziali.



**LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA SUPERVISIONE DELL'ATTUAZIONE DEI PROGETTI LEGATI ALLA SOSTENIBILITÀ SONO AFFIDATE AL GLOBAL LEADERSHIP TEAM.**



TEMI MATERIALI	GESTIONE DEGLI IMPATTI
<b>TUTELA DEI CONSUMATORI E SICUREZZA ALIMENTARE</b>	Gestire gli aspetti legati alla qualità, alla sicurezza del prodotto e alla protezione del consumatore sono le massime priorità per Bauli. Viene adottato un approccio ferreo per garantire massima sicurezza e soddisfazione degli utenti finali, prestando la massima attenzione nel minimizzare i rischi legati alla presenza di OGM, allergeni e contaminanti sia all'interno dei prodotti che nei processi di produzione.
<b>SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI</b>	Adozione di un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro integrato con sistemi di gestione della qualità e dell'ambiente, finalizzato alla riduzione del rischio di infortuni gravi, all'aumento della prevenzione e del controllo sul lavoro attraverso la riduzione del numero di infortuni, l'aumento della soddisfazione del personale e il miglioramento del clima aziendale.
<b>CONSUMI ENERGETICI, EMISSIONI E CLIMATE CHANGE</b>	Migliorare l'efficienza energetica in tutte le sedi in cui il consumo è attentamente monitorato. L'azienda è stata pioniera nell'adozione di soluzioni di risparmio energetico come la cogenerazione, la trigenerazione, gli impianti fotovoltaiche e la prossima adozione di un Sistema di Gestione dell'Energia certificato UNI EN ISO 50001 per i vari siti del Gruppo (ad oggi solo per il sito di Castel d'Azzano).
<b>DIVERSITÀ, INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ'</b>	Perseguire una logistica sostenibile attraverso il trasporto efficiente delle merci, l'utilizzo di carburanti ecologici e soluzioni intermodali che riducono le emissioni.
<b>GESTIONE DEGLI SCARTI ED ECONOMIA CIRCOLARE</b>	Considerare i principi di equità e inclusività come fondamentali nella propria etica lavorativa e nella motivazione dei propri dipendenti. Bauli si impegna a fornire un ambiente di lavoro inclusivo evitando ogni forma di disuguaglianza e discriminazione.
<b>PACKAGING SOSTENIBILE</b>	Questi impatti si manifestano sia nelle attività gestite direttamente dall'azienda che nei suoi rapporti di business, ad esempio attraverso servizi di trasporto gestiti da terzi o il consumo di suolo e risorse idriche per la produzione di materie prime.
<b>PERFORMANCE ECONOMICA</b>	Ridurre l'impatto dell'imballaggio incoraggiando l'introduzione di imballaggi e materiali più sostenibili, perseguendo la riduzione del consumo di materiale. Adozione e promozione di una corretta gestione dei rifiuti attraverso politiche efficienti di riciclaggio e smaltimento.

## ECOVADIS

Nel 2022-2023, il Gruppo ha completato il questionario sulla sostenibilità di Ecovadis, un sistema di valutazione ESG riconosciuto a livello mondiale. Bauli ha ottenuto un punteggio di 65/100 e è stato premiato con la Medaglia d'Argento EcoVadis. Questo risultato colloca il Gruppo tra il 25% delle migliori aziende valutate da Ecovadis, sottolineando il suo notevole successo.

La decisione di svolgere il questionario EcoVadis è stata presa per implementare una gestione ottimale dei rischi ESG al fine di raggiungere gli obiettivi di sostenibilità aziendale e promuovere un impatto su larga scala incoraggiando il miglioramento delle prestazioni di sostenibilità sia dell'azienda che della catena del valore.



TEMI MATERIALI	GESTIONE DEGLI IMPATTI
<b>FORMAZIONE, SVILUPPO E BENESSERE DEI LAVORATORI</b>	Svolgere attività di formazione, informazione e addestramento per i dipendenti al fine di dotarli di conoscenze che migliorino le competenze. Promuovere il benessere delle persone e la qualità della vita predisponendo varie iniziative in linea con le ultime approcci del Corporate Welfare e del Benessere.
<b>MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILI</b>	Impegno a rendere disponibili informazioni trasparenti e veritiere a tutti i propri consumatori, riducendo così gli eventuali impatti connessi alle comunicazioni ingannevoli verso clienti e consumatori finali.
<b>QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ DELLE MATERIE PRIME</b>	L'approvvigionamento responsabile di ingredienti controllati e di alta qualità è fondamentale per garantire la qualità del prodotto e la sicurezza e la soddisfazione delle parti interessate. Contribuisce inoltre a garantire un'elevata qualità, a ridurre i rischi e a stimolare l'innovazione.
<b>ETICA, INTEGRITÀ NEL BUSINESS E ANTI-CORRUZIONE</b>	Ridurre significativamente il rischio di possibili impatti negativi sulle persone, sull'economia e sull'ambiente. Bauli ha sempre operato con integrità, attenendosi non solo alle leggi e ai regolamenti applicabili, ma anche a principi inalienabili come equità, onestà e rispetto.
<b>GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA</b>	Assunzione di un processo di valutazione dei fornitori basato sull'applicazione di criteri di controllo rigorosi con l'obiettivo di selezionare le migliori aziende in grado di ottenere i massimi risultati in termini di qualità e sicurezza igienica.
<b>INNOVAZIONE DI PROCESSO E DI PRODOTTO, R&amp;D</b>	Supervisionato da un team dedicato alla Ricerca e Sviluppo (R&D), impegnato in varie aree di attività legate sia al prodotto che al processo di produzione.
<b>CORRETTA NUTRIZIONE E BENESSERE DEL CONSUMATORE</b>	Creazione di nuovi prodotti con ricette trasparenti basate su pochi, semplici ingredienti al 100% naturali, senza aromi, conservanti, coloranti e con utilizzo di farine integrali, e contenuto ridotto di grassi.

La partecipazione del Gruppo Bauli all'iniziativa proposta da EcoVadis è pensata come un ulteriore passo verso una maggiore attribuzione del valore della sostenibilità alla catena di approvvigionamento. Grazie alle considerazioni fatte dal Gruppo a fronte della valutazione ottenuta e facendo riferimento alle quattro aree di analisi valutate attraverso il questionario: l'ambiente, il lavoro e i diritti umani, l'etica e l'approvvigionamento sostenibile, si stanno strutturando azioni mirate per sviluppare concretamente gli obiettivi ESG ritenuti più significativi.



# 4

---

## CREATORI DI BONTÀ

42

4.1 I NOSTRI PRODOTTI	44
4.2 PROMOZIONE DI SALUTE E BENESSERE	48
4.3 QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE	49
4.4 INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO	54
4.5 MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILI	58





L'IMPEGNO DI BAULI NELLA QUALITÀ DEL PRODOTTO E NELLA SOSTENIBILITÀ È DIMOSTRATO DALLA RIGOROSA SELEZIONE DELLE MATERIE PRIME E DAI METICOLOSI SISTEMI DI CONTROLLO INTEGRATI NEI PROCESSI PRODUTTIVI. IN MODO SIGNIFICATIVO, BAULI HA COMPRESO L'IMPORTANZA DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA QUALITÀ GIÀ NEL 1996, RICONOSCENDONE IL RUOLO CRUCIALE NELL'ASSICURARE PRODOTTI SEMPRE DI ALTA QUALITÀ.



**ISO 9001**

CERTIFICAZIONE  
SISTEMA QUALITÀ



**27%**

DEGLI INVESTIMENTI  
R&D DEDICATI AI NUOVI  
PRODOTTI



**>30**

NUOVI PRODOTTI  
LANCIATI OGNI ANNO

## 4.1 I NOSTRI PRODOTTI

La nostra expertise si basa sulla lievitazione naturale che da 100 anni accompagna le nostre produzioni più tradizionali. Allo stesso tempo abbiamo investito sull'attività di ricerca e sviluppo e innovato le nostre competenze per introdurre nuove lavorazioni. Il comune denominatore è rappresentato da ricette di alta qualità grazie all'impiego del nostro lievito madre, di materie prime selezionate dalla provenienza garantita e rigorosi sistemi di controllo delle nostre lavorazioni.

Puntiamo inoltre sulla creazione di referenze leggere, salutari e su un'offerta dedicata alle intolleranze alimentari. Il nostro orientamento allo studio e alla conoscenza dei consumatori ci consente di intercettare e interpretare l'evoluzione dei trend sempre più propensi al benessere e l'adozione di corretti stili di vita.

Sviluppiamo nuovi prodotti con ricette trasparenti basate su pochi ingredienti, semplici e 100% naturali, senza aromi, conservanti, coloranti; impieghiamo farine integrali e ci impegniamo a ridurre i grassi nei nostri prodotti oltre a non utilizzare OGM e grassi idrogenati.



**IL COMUNE DENOMINATORE  
È RAPPRESENTATO DA RICETTE  
DI ALTA QUALITÀ.**





Inoltre, grazie anche all'acquisizione di un sito dedicato, abbiamo costruito un'offerta adatta a chi soffre di intolleranza al glutine, latte o lattosio, per assicurare a tutti il piacere di poter gustare i nostri prodotti in sicurezza e tranquillità.

## I PRODOTTI PER LE RICORRENZE

Grazie ad un'ampia gamma di dolci da forno per le ricorrenze, dalle ricette più tradizionali a quelle più innovative con golose farciture, il Gruppo Bauli è leader nel Natale, con una quota di mercato superiore al 38% ed a Pasqua con il 33,7% del mercato. Grazie ai propri marchi il Gruppo Bauli è il secondo produttore nel mercato delle Uova di Pasqua, con un'offerta disegnata per i bambini, i teenager e gli adulti, con ricette di cioccolato di elevata qualità e sorprese esclusive dedicate ai diversi target.

Con i brand storici Bauli, Motta, Alemagna e Bistefani, può vantare nel proprio portfolio alcuni tra i prodotti più iconici del settore: il Pandoro Bauli che è il leader della ricorrenza, il più amato e il più venduto a Natale, mentre il Panettone Motta si aggiudica il primo posto nelle vendite di questa tipologia di prodotto.

Bauli utilizza solo materie prime selezionate e adottiamo processi produttivi di ispirazione artigianale basati sull'antica tradizione del lievito madre, un nucleo di pasta fermentata a cui vengono aggiunte progressivamente acqua e farina. Questa lavorazione, che dura fino a 40 ore, si ripete allo stesso modo e con identico ritmo da sempre e garantisce una vita sorprendentemente lunga al prodotto senza l'utilizzo di conservanti.

**QUESTA LAVORAZIONE SI RIPETE ALLO STESSO MODO E CON IDENTICO RITMO DA SEMPRE E GARANTISCE UNA VITA SORPRENDENTEMENTE LUNGA AL PRODOTTO SENZA L'UTILIZZO DI CONSERVANTI.**



## I PRODOTTI PER IL CONSUMO QUOTIDIANO

Lavorazione accurata, ingredienti selezionati e ricerca continua: questa è la ricetta con cui produciamo prodotti quotidiani da oltre un secolo. Orgogliosi di far parte della vita di tutti i giorni, vogliamo far riscoprire sapori unici e rendere il quotidiano più gustoso, con prodotti morbidi e profumati per un momento di dolcezza che fa venire l'acquolina in bocca.

Croissant, frollini, merende, crackers: con i propri brand il Gruppo Bauli offre prodotti adatti ad ogni preferenza, che grazie alla loro ecletticità si prestano a diverse occasioni di consumo, accompagnando i consumatori dalla colazione alla merenda, da una pausa dolce o salata fino ai pasti principali.

In questo segmento il Gruppo sviluppa prodotti anche per i consumatori attenti a uno stile di vita salutare: nasce così un'ampia offerta di prodotti più leggeri, con meno grassi, garantendo la selezione di materie prime di alta qualità.

La linea Semplicissimi Doria rappresenta un esempio concreto di questa strategia; un assortimento di proposte dolci e salate, come gli snack Legumi e Riso, a base di legumi per il 90%, con meno del 3% di grassi e cotti al forno.

Questi nuovi snack salati sono caratterizzati da una forte attenzione all'ambiente: le materie prime sono coltivate localmente e prodotte con energia pulita di origine vegetale e la confezione è riciclabile nella carta.



## PRODOTTI PER I MERCATI INTERNAZIONALI

Il Gruppo ora porta nel mondo non solo la bontà dei prodotti apprezzati per il loro stile italiano, ma anche ricette adattate e personalizzate per soddisfare i gusti dei molti mercati in cui il Gruppo opera, come il Sud-Est asiatico.

Il processo di crescita internazionale è iniziato negli anni 2000 ed è stato consolidato con l'apertura nel 2017 di uno stabilimento di produzione all'avanguardia a Baramati, in India. L'approccio è stato quello di una multinazionale verticale, in cui da una parte la materia prima è ottenuta a livello locale per garantire la freschezza dei prodotti e, dall'altra, l'esperienza secolare e il know-how di Bauli hanno assicurato la distintiva qualità dei suoi prodotti. Attualmente, Bauli India rappresenta il punto di ingresso al mercato asiatico per il quale sono previste importanti crescita nei prossimi anni in diversi mercati.

# 2000

**PROCESSO DI CRESCITA INTERNAZIONALE.**

# 2017

**APERTURA DI UNO STABILIMENTO DI PRODUZIONE ALL'AVANGUARDIA A BARAMATI, IN INDIA.**



## 4.2 PROMOZIONE DI SALUTE & BENESSERE

IL CIBO HA UN RUOLO FONDAMENTALE SIA COME ELEMENTO INDISPENSABILE SIA COME FONTE DI PIACERE. PERTANTO, LA PRODUZIONE, LA COMMERCIALIZZAZIONE E IL CONSUMO DI CIBO DOVREBBERO CONTRIBUIRE AL BENESSERE E ALLA SALUTE DEI CONSUMATORI.



A tal fine il Gruppo ha sviluppato la nuova Business Unit "Health & Wellbeing". La creazione della Business Unit deriva dalla necessità di consolidare e coordinare strategicamente le varie attività che si sono sviluppate negli ultimi anni in diverse aree commerciali per promuovere uno stile di vita sano e una corretta alimentazione. "Health & Wellbeing" ha anche il controllo di Alpipan e Bauli Slovakia & Czech Republic, pur mantenendo queste società autonome con gestione indipendente. Questo è un ruolo cross-category e cross-country che richiederà un approccio coordinato e strategico

per massimizzare le opportunità di espansione internazionale del Gruppo Bauli.

La nuova Business Unit risponderà alla crescente domanda di prodotti senza glutine e senza lattosio. Per soddisfare le esigenze di questo mercato, sono state create due linee, con i marchi Bauli e Doria, dedicate esclusivamente ai prodotti "free-from": pane, snack salati, pangrattato, pasta, biscotti e prodotti da colazione. Inoltre, Bauli si è avventurata anche in prodotti a base proteica, ampliando ulteriormente la sua offerta per soddisfare le varie preferenze e necessità dietetiche.

---

**LA NUOVA BUSINESS UNIT "HEALTH & WELLBEING". LA CREAZIONE DELLA BUSINESS UNIT DERIVA DALLA NECESSITÀ DI PROMUOVERE UNO STILE DI VITA SANO E UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE.**



Nel 2023 l'azienda ha sviluppato con successo diverse nuove referenze, come Bucaneve Senza Glutine, Bucaneve Senza Lattosio e Bucaneve Senza Zucchero Aggiunto, con l'intenzione di ampliare la distribuzione sia nella distribuzione moderna che nel canale farmacie e negozi specializzati. Inoltre, Bauli collabora costantemente con organizzazioni di ricerca, università

e altre parti interessate attraverso progetti innovativi focalizzati sulla salute e sul benessere dei consumatori finali. Il settore del benessere rappresenta uno dei principali motori di crescita e internazionalizzazione per il Gruppo Bauli, rappresentando attualmente circa il 5% delle vendite totali. L'obiettivo è sviluppare ulteriormente questo settore con prodotti salutari da esportare in tutto il mondo.

## 4.3 QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

La gestione corretta e costante degli aspetti legati alla qualità, alla sicurezza del prodotto e alla protezione del consumatore sono le principali priorità per Bauli. L'azienda è consapevole che potenziali contaminazioni alimentari possono avere gravi conseguenze sulla salute e sulla fiducia dei consumatori. Bauli adotta pertanto un approccio rigoroso per garantire la massima sicurezza e soddisfazione dei consumatori. In particolare, il Gruppo presta attenzione a minimizzare i rischi legati alla presenza di allergeni e contaminanti sia nei prodotti che nei processi produttivi. Inoltre, il Gruppo non utilizza organismi geneticamente modificati (OGM) come materie prime.

In questo contesto, il Sistema Integrato di Gestione della Qualità di Bauli è stato progettato e aggiornato con l'obiettivo di "Fare Qualità a 360 gradi" per mantenere e migliorare gli standard di qualità di processo e di prodotto del Gruppo, aumentare il livello del servizio offerto ai clienti/consumatori e rispettare gli obblighi obbligatori e volontari in materia di sicurezza e requisiti ambientali.

La qualità non è solo una questione tecnica, ma si basa sul comportamento quotidiano e sulla consapevolezza di tutte le persone nell'azienda. Pertanto, Bauli presta la massima attenzione nella promozione di una cultura della qualità tra i suoi dipendenti. Il primo passo nella creazione di un insieme di atteggiamenti, valori e convinzioni che possono portare a scelte sane e consapevoli è misurare il livello di consapevolezza.

**"FARE QUALITÀ A 360 GRADI" PER MANTENERE E MIGLIORARE GLI STANDARD DI QUALITÀ DI PROCESSO E DI PRODOTTO DEL GRUPPO.**

### CULTURA DELLA QUALITÀ

Nel corso del 2022 si è svolta l'indagine "I Bignami della Qualità" coinvolgendo i dipendenti su vari aspetti, dal Sistema Integrato di Gestione della Qualità alle principali iniziative implementate dal Gruppo. L'aspetto più rilevante emerso da questa prima fase di valutazione è che il tasso di fiducia dei dipendenti nella qualità e sicurezza dei prodotti Bauli è estremamente alto

Inoltre, basandosi sulle informazioni raccolte, verranno progettate iniziative di formazione coinvolgendo tutti i dipendenti con l'obiettivo di colmare le lacune riscontrate e aumentare la consapevolezza sulla cultura della qualità di Bauli.





## QUALITY ASSURANCE

Come risultato del processo di ristrutturazione e organizzazione aziendale ONE BAULI, la gestione degli aspetti legati alla qualità e alla sicurezza alimentare è di competenza della funzione centrale Operations. In particolare sono incluse in questa funzione tutte le responsabilità nelle aree dell'Etichettatura Alimentare, delle Certificazioni e delle Verifiche, della Sicurezza Alimentare e del Servizio Clienti. Le attività svolte dall'area si basano su precise procedure gestionali e operative costantemente aggiornate, mappate e contenute all'interno del Manuale del Sistema di Gestione per la Qualità del Gruppo Bauli.

A livello di singoli siti produttivi, il Gruppo garantisce la presenza di specifici referenti Quality Assurance in ogni stabilimento, che coordinano team dedicati al presidio degli aspetti di qualità e sicurezza alimentare. Sono inoltre presenti specifici referenti sul tema Food Hygiene, che garantiscono l'applicazione a livello di sito delle linee guida predisposte a livello centrale, mediante la definizione e il coordinamento di specifici piani di sanificazione e procedure di pulizia necessarie a garantire l'igienicità di ambienti e processi.

Già nel 1996 Bauli ha adottato il sistema di gestione della qualità. Bauli considera questo sistema fondamentale non solo

per gestire le attività del Sistema stesso, ma soprattutto per gestire i processi produttivi al fine di garantire prodotti con elevati standard qualitativi.

L'Azienda, inoltre, da anni risponde ai requisiti delle principali norme internazionali di gestione di sicurezza e qualità dei prodotti, attraverso il rispetto standard riconosciuti dal GFSI (Global Safety Initiative) come BRC Food e IFS Food, che sono garantiti da tutti gli stabilimenti produttivi della capogruppo Bauli S.p.A., così come da Alpipan per quando riguarda ISO 9001 e BRC.

**LE ATTIVITÀ SVOLTE DALL'AREA SI BASANO SU PRECISE PROCEDURE GESTIONALI E OPERATIVE COSTANTEMENTE AGGIORNATE.**



INOLTRE, IL GRUPPO HA OTTENUTO DIVERSE CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO, SIA PER I PRODOTTI A MARCHIO CHE PER I PRODOTTI PRIVATE LABEL, TRA CUI:



**FAIRTRADE.** Questa certificazione nasce dalla consapevolezza che ciò che mette in difficoltà gli agricoltori in tutto il mondo sono i prezzi in calo dei loro prodotti. Ecco perché Fairtrade ha stabilito un prezzo minimo obbligatorio per ciascun tipo di prodotto, determinato insieme agli stessi agricoltori per coprire i costi necessari per una produzione sostenibile.



**RSPO** (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Nonostante le sue qualità uniche come prodotto e l'alta domanda, l'olio di palma ha una reputazione contrastante. Quando prodotto in modo non sostenibile, può avere impatti negativi sull'ambiente, sulla fauna selvatica e sui diritti umani. RSPO è un'organizzazione globale con membri volontari focalizzati sull'unione degli attori lungo tutta la filiera dell'olio di palma per sviluppare e implementare standard globali per un'olio di palma sostenibile.



**UTZ QUALITY FOOD** (ora parte di Rainforest Alliance). Il marchio UTZ rappresenta un'agricoltura più sostenibile e migliori opportunità per gli agricoltori nella filiera del cacao. La conformità ai rigorosi requisiti da parte delle aziende agricole e delle imprese certificate UTZ è verificata da organismi di certificazione indipendenti, rendendo particolarmente impegnativo ottenere questa certificazione. Questi requisiti includono buone pratiche agricole e gestionali, condizioni di lavoro sicure e salutarie, contrasto al lavoro minorile e forzato, e protezione dell'ambiente.



**BIOLOGICO.** Le aziende che decidono di ottenere la certificazione devono assicurarsi che la lavorazione avvenga utilizzando ingredienti provenienti da agricoltura biologica e riducendo l'uso di additivi, eventualmente limitandosi ad utilizzare quelli contenuti nell'elenco autorizzato dal regolamento europeo. Devono inoltre essere adottate adeguate procedure di trasformazione e confezionamento, identificando correttamente all'interno del comparto produttivo sia le materie prime biologiche che i prodotti finiti.



**LACTOSE FREE.** Questa certificazione protegge le persone con intolleranza al lattosio, che non sono in grado di digerire correttamente questo zucchero. I prodotti certificati senza lattosio offrono un'alternativa sicura per queste persone, consentendo loro di godere dei benefici dei prodotti lattiero-caseari senza causare problemi digestivi.



**GLUTEN FREE.** Questa certificazione è di fondamentale importanza per le persone affette da celiachia o sensibilità al glutine, poiché il consumo di glutine può causare danni all'intestino tenue. I prodotti certificati senza glutine offrono un'opzione sicura per queste persone, consentendo loro di evitare il glutine nella loro dieta.

Per Bauli, ottenere la certificazione "lactose free" o "gluten free" ha comportato l'adeguamento dei processi produttivi e delle procedure interne per garantire che i prodotti soddisfino specifici requisiti privi di contaminanti, dalla selezione delle materie prime, all'adozione di protocolli di produzione separati e all'implementazione di misure preventive per evitare la contaminazione incrociata.

### ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E CONTROLLO

Le attività di monitoraggio e controllo legate alla qualità e alla sicurezza alimentare coprono tutte le fasi della catena del valore, dalla qualifica e selezione dei fornitori, alla raccolta di documentazione, alla continua analisi e valutazione del rischio legato a tali aspetti. Le tipologie e la frequenza dei controlli e delle analisi sono costantemente aggiornati e calibrati in base alle criticità che emergono e focalizzare al meglio attenzione e risorse.

Tutte le analisi di conformità delle materie prime entranti, sia quelle di tipo alimentare che relative al packaging, si svolgono secondo piani di controllo ben definiti basati sull'analisi del rischio, seguendo le procedure previste dal Manuale Assicurazione Salubrità.

All'interno del Manuale è prevista una sezione HACCP per ciascun sito produttivo che riporta l'analisi quantitativa del rischio basata sulla valutazione dei pericoli per ogni materia prima, packaging e fase di processo, relativa probabilità di accadimento e significatività dell'impatto potenziale. Sulla base di questa analisi vengono quindi preparati i piani di controllo appropriati allo scopo di valutare gli impatti sulla salute e sicurezza del consumatore per il 100% dei prodotti dell'azienda.

I piani di controllo adottati sono specifici per ciascuna linea produttiva e, nel caso della ricorrenza, sono definiti con un dettaglio per ciascuna specifica famiglia o tipologia di prodotto. Ogni piano contiene i parametri da sottoporre a controllo, la frequenza di analisi, le responsabilità, le modalità di valutazione e registrazione e le eventuali azioni di risposta in caso di non conformità.



La maggior parte delle valutazioni sono effettuate in autocontrollo da parte degli stessi operatori di linea. Nel momento della realizzazione dei controlli, gli operatori provvedono a registrare i risultati su un sistema informatizzato aziendale attraverso appositi device. Tutte le rilevazioni registrate possono essere in ogni momento estratte dal sistema per finalità analitiche e decisionali.

Le analisi di laboratorio previste dai piani di controllo, per la strumentazione e la professionalità richieste, vengono invece effettuate da tecnici specializzati. Tra queste, sono effettuate migliaia di analisi chimiche e microbiologiche l'anno, sia nelle sedi dell'Azienda che attraverso laboratori affiliati, per verificare la conformità degli ingredienti e l'assenza, ad esempio, di sostanze come OGM, allergeni e contaminanti in genere.

Negli stabilimenti più rilevanti del Gruppo, come Castel D'Azzano e San Martino Buon Albergo, l'azienda ha

---

**OGNI PIANO CONTIENE I PARAMETRI DA SOTTOPORRE A CONTROLLO, LA FREQUENZA DI ANALISI, LE RESPONSABILITÀ, LE MODALITÀ DI VALUTAZIONE E REGISTRAZIONE E LE EVENTUALI AZIONI DI RISPOSTA IN CASO DI NON CONFORMITÀ.**

predisposto laboratori interni in grado di svolgere le analisi chimiche, fisiche e microbiologiche richieste dalle tipologie di controlli effettuati.

Anche prima della vendita i prodotti sono ispezionati e sottoposti a specifici controlli: nella campagna di Natale, alla fine del processo produttivo, si contano circa 56.000 analisi tra organolettiche, visive, chimico-fisiche e microbiologiche.

Le analisi di conformità dei prodotti avvengono per mezzo di procedure di audit esterni, da parte di clienti, enti di certificazione e autorità di controllo, oppure interni, analizzando i prodotti e i processi produttivi che sono stati mappati nel tempo.

Al fine di rispettare le regolamentazioni che interessano i temi della sicurezza alimentare e dell'etichettatura dei prodotti, il Gruppo si avvale della collaborazione costante con la propria associazione di categoria di riferimento, Unionfood. Questa collaborazione comporta un coinvolgimento attivo e una comunicazione continua per rimanere informati sulle diverse evoluzioni normative nel settore.

L'azienda ha ulteriormente consolidato il suo impegno nel costante aggiornamento sulle evoluzioni normative nel settore alimentare stipulando accordi di servizio dedicati con laboratori specializzati e società di consulenza. Bauli collabora attivamente con istituzioni scientifiche riconosciute, tra cui l'Università di Milano, l'Università di Verona e l'Università di Udine, per studi approfonditi che affrontano questioni legate all'igiene e alla sicurezza alimentare. Questo approccio plurilaterale assicura la costante consapevolezza dell'azienda e il suo allineamento alle normative del settore.

## LA GESTIONE DI SEGNALAZIONI E RECLAMI

L'Azienda si impegna a ridurre e possibilmente eliminare i rischi conseguenti a eventuali situazioni critiche che possono verificarsi, mediante una gestione attenta e rigorosa dei reclami e di altri tipi di segnalazioni o allarmi.

È attivo un sistema di segnalazione dedicato a raccogliere eventuali casi di non conformità sulla qualità dei prodotti sia da parte dei clienti, sia da parte dei consumatori finali, che nei prossimi anni sarà esteso a tutte le società del Gruppo. Le segnalazioni di non conformità effettuate da parte dei clienti vengono gestite dall'Ufficio vendite, mentre quelle effettuate dai

consumatori sono gestite tramite un apposito Servizio di Cortesia. Entrambe le tipologie di segnalazioni confluiscono in un sistema informatico centralizzato e vengono verificate dall'Ufficio Qualità, che eventualmente procede con le necessarie azioni di risposta previste.

Nello specifico, utilizzando il sistema Q-Matrix l'azienda può dare priorità alla gestione dei reclami in base alla loro importanza e urgenza. Ciò consente di concentrare le risorse sulle non conformità che influenzano in modo significativo la qualità del prodotto o l'esperienza del consumatore, garantendo una risposta tempestiva ed efficace alle loro segnalazioni. Le questioni rilevanti che possono emergere durante l'esame delle reclamazioni e che successivamente richiedono l'attenzione del CEO e del Consiglio di Amministrazione possono essere comunicate attraverso la discussione del Report di Gestione, in cui vengono presentati i principali indicatori di andamento (KPI – Key Performance Indicator) relativi ai reclami. Sulla base dei dati raccolti, Bauli elabora mensilmente e comunica specifici KPI legati alla qualità alimentare, inclusi il numero di segnalazioni per milione di unità di prodotto venduto, che funge da parametro per stabilire obiettivi di performance all'interno della rispettiva funzione.

## TRACCIABILITÀ DEL PRODOTTO

Bauli ha adottato una procedura di identificazione e rintracciabilità, supportata da un sistema completamente informatizzato, volta a garantire la piena tracciabilità sia internamente che esternamente all'Azienda. La procedura garantisce il riconoscimento di materie prime, materiali di packaging e prodotti finiti rispetto alle esigenze espresse dalle normative vigenti, dal sistema di autocontrollo aziendale e dai clienti.

La tracciabilità garantisce che sia possibile tracciare la composizione del prodotto (materie prime, materiali di confezionamento, fornitori) e i relativi controlli effettuati, nonché tracciare la destinazione di un lotto di prodotto.

## NELLO SPECIFICO, UTILIZZANDO IL SISTEMA Q-MATRIX L'AZIENDA PUÒ DARE PRIORITÀ ALLA GESTIONE DEI RECLAMI IN BASE ALLA LORO IMPORTANZA E URGENZA.

Questo è possibile attraverso l'integrazione dei due sistemi di registrazione della tracciabilità: il sistema interno che consente di abbinare le singole forniture di materie prime ai singoli lotti di prodotto finito e il sistema esterno che consente di registrare le informazioni sul materiale in entrata e le informazioni necessarie per legare un lotto di prodotto finito in uscita dal magazzino. È in fase di sviluppo un progetto "Portale Fornitori" che migliorerà ulteriormente la tracciabilità delle materie prime, considerando il loro paese d'origine.

Nello specifico, tutte le materie prime, compresi i materiali sfusi, gli imballaggi primari e quelli che compongono l'unità di vendita al consumatore finale sono gestiti con etichette SSCC (c.d. "etichetta logistica"): il loro utilizzo nella produzione è registrato dai dipendenti addetti nel sistema elettronico di tracciabilità.

Inoltre, durante il confezionamento del prodotto il lotto di produzione e TMC (minimum shelf life) vengono stampati in modo chiaro sulla singola unità di vendita al consumo. Il cartone o visual box (unità commerciale) è identificato attraverso un codice a barre corrispondente all'articolo contenuto, un codice lotto in chiaro e il TMC applicato sulla linea di produzione tramite marcatori automatici o manuali. Ulteriori informazioni oltre al codice lotto giornaliero sono stampate su cartoni e visual box, come, ma non solo, il turno. Il sistema informatico riconosce il prodotto in transito applicando un'etichetta durante la pallettizzazione, che consente di recuperare tutte le informazioni di tracciabilità e gestione logistica (ad esempio, TMC, quantità di pallettizzazione, lotto di produzione e SSCC – codice numero di identificazione pallet).

## 4.4 INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO

IL GRUPPO BAULI PRESIDIA ATTIVAMENTE L'INNOVAZIONE DI PRODOTTO ATTRAVERSO UN TEAM DEDICATO ALLA RICERCA E SVILUPPO (R&D) IMPEGNATO IN DIVERSE AREE DI ATTIVITÀ COME: SVILUPPO PRODOTTO, PACKAGING, ANALISI SENSORIALE E PILOT PLANT.

Il Gruppo Bauli presidia attivamente l'innovazione di prodotto attraverso un team dedicato alla Ricerca e Sviluppo (R&D) impegnato in diverse aree di attività come: Sviluppo prodotto, Packaging, Analisi Sensoriale e Pilot Plant. Sono oltre 100 i progetti attivi continuativamente gestiti dall'azienda, con un'allocazione dei progetti ai diversi brand del Gruppo che risponde in modo equilibrato alla loro dimensione e importanza. Inoltre, è presente un gruppo interno dedicato all'innovazione, composto dalle direzioni Sales, Marketing, R&D, Operations e Finance, con il compito di definire e aggiornare un Master Plan aziendale sul tema. Questa attività consente al Gruppo di pianificare lo sviluppo delle diverse iniziative in una prospettiva triennale, calibrando le risorse disponibili ed evitando sovrapposizioni nei lanci di nuovi prodotti.

Il Gruppo effettua un numero significativo di lanci di nuovi prodotti (oltre 30 ogni anno). Negli ultimi tre anni l'incidenza delle vendite di nuovi prodotti ha infatti superato il 6% del totale, evidenziando la significativa propensione all'innovazione dell'azienda.

L'efficacia dei processi interni di R&D è assicurata dall'applicazione dell'approccio metodologico "Stage&Gate", che prevede diverse fasi di sviluppo: definizione dell'idea, studio di fattibilità, approvazione del progetto, sviluppo presso l'impianto pilota, test industriali e infine lancio sul mercato.

I prodotti di nuova concezione si distinguono spesso per caratteristiche

### Principali aree di Innovazione

<b>Naturale:</b>	Prodotti completamente naturali (Semplicissimi), senza conservanti (Croissants), integrali (Croissant, Buondi, Biscotti, Crackers, Snacks)
<b>Senza Lattosio (Lactose free):</b>	Bucaneve Doria, Panettone, Pandoro, Colomba, Croissants e Buondi Motta
<b>Senza zuccheri aggiunti:</b>	Croissant Bauli, Bucaneve Doria
<b>Basso contenuto di grassi:</b>	Snack Semplicissimi Doria
<b>Vegano:</b>	Cracker Semplicissimi Doria
<b>Packaging con basso impatto ambientale:</b>	Snack, Semplicissimi Doria, Colomba e Croissant Bauli
<b>Ricchi di fibre:</b>	Croissant, Biscotti, Treccine, Panettone, Colomba

volte a promuovere la salute e il benessere dei consumatori finali, come prodotti naturali, integrali, ricchi di fibre, senza conservanti e anche "Free-from". La linea Doria "Semplicissimi" è uno dei prodotti leader "100% Natural", in quanto completamente priva di additivi chimici, aromi e conservanti.

Per quanto riguarda il packaging, il progetto di sostituzione dei tradizionali stampi di carta per prodotti da forno con equivalenti compostabili si è concluso nel 2023. L'obiettivo principale è stato quello di ridurre l'impatto ambientale e di

raggiungere circa il 100% di riciclabilità di tutti gli imballaggi primari del Gruppo.

Il Gruppo ha inoltre attivato diverse iniziative per riformulare le ricette di prodotto esistenti al fine di migliorarne le caratteristiche nutrizionali e di salubrità. Sono stati implementati progetti per trasformare linee di prodotto come Buondi attraverso formulazioni senza lattosio.

Un'altra area di forte sviluppo è legata alla creazione di nuovi prodotti di alta qualità con caratteristiche artigianali.

La ricerca in questo ambito viene svolta attraverso una continua sperimentazione sulle caratteristiche dei prodotti, promossa anche grazie all'integrazione nel team R&D di professionisti del mondo dell'alta pasticceria italiana.

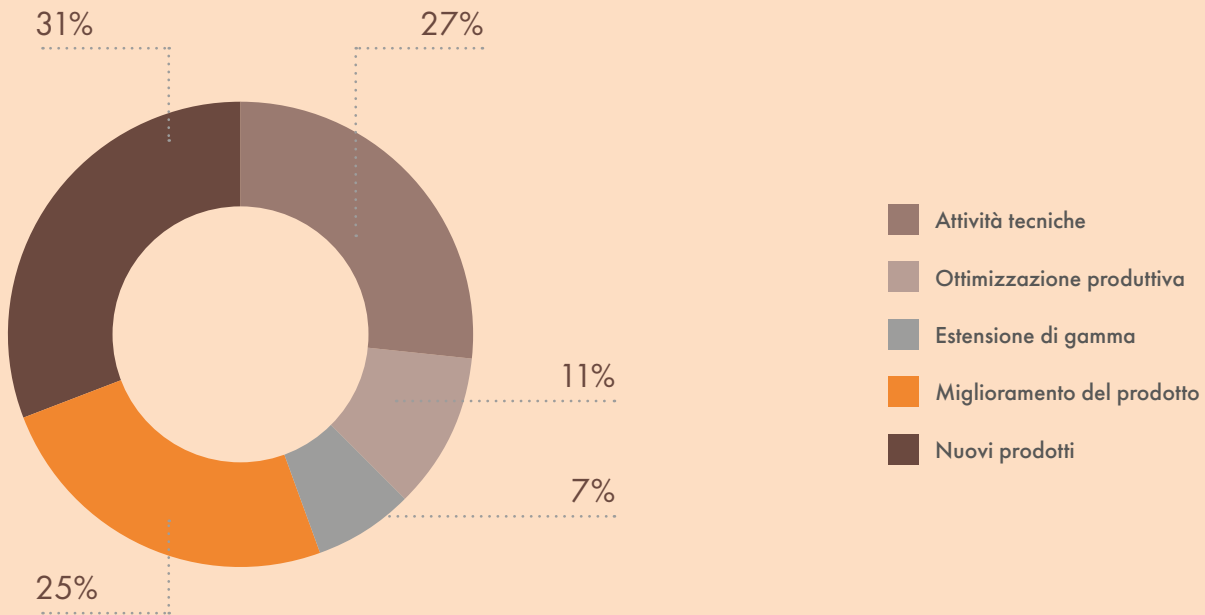
Nel processo di sviluppo di nuovi prodotti, il Gruppo sta facendo sempre più ricorso alle attività "Sensory", che prevedono sia l'utilizzo dell'analisi sensoriale (utilizzo dei sensi umani nella valutazione oggettiva dei

prodotti alimentari) sia la sperimentazione con il consumatore finale. L'analisi sensoriale, utilizzata per profilare i prodotti in termini di caratteristiche quali aspetto, consistenza, odore e sapore, viene condotta con un panel di assaggiatori addestrati all'interno di un laboratorio dedicato. I test sui consumatori, condotti in collaborazione con aziende specializzate, consentono un feedback statistico che è associato al risultato dell'analisi sensoriale

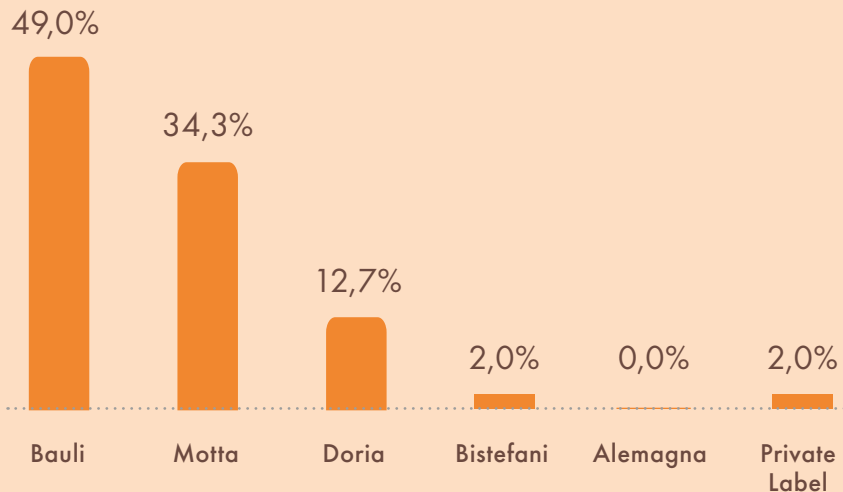
ai fini della validazione del prodotto e dell'analisi approfondita delle preferenze sensoriali dei consumatori.

Grazie alla costante collaborazione interna tra le società del Gruppo e con aziende esterne, in un'ottica di networking e Open Innovation, Bauli è in grado di sviluppare nuove tipologie di prodotti attraverso l'utilizzo di know-how, professionalità e tecnologie specifiche.

### Progetti R&D per tipologia (2022-2023)



### Progetti R&D per marchio (2022/2023)



Il Gruppo nel corso del 2023 ha definito collaborazioni con “Cast Alimenti” e mastri pasticceri maestri di fama internazionale per offrire corsi di formazione all'avanguardia a giovani e professionisti del settore della ristorazione. Vengono fornite nozioni, insegnamenti e tecnologie per conciliare la conoscenza teorica con la pratica.

Bauli ha inoltre attivato proficue collaborazioni con diverse università, riuscendo nel tempo a consolidare una rete essenziale a supporto delle proprie attività di R&D. I progetti sviluppati sono finalizzati alla risoluzione di specifiche criticità legate al processo produttivo o all'approfondimento di aspetti legati al prodotto.

## DIGITAL TRANSFORMATION E INNOVAZIONE

Durante il 2023 il Gruppo Bauli ha sviluppato una nuova strategia digitale per stare al passo con le evoluzioni tecnologiche e soddisfare le esigenze dei clienti. La trasformazione digitale di Bauli si basa su cinque pilastri: New Digital Channels, Smart Manufacturing, Application Simplification, Multi-Cloud & Edge e Information Security.

Nello specifico, attraverso la semplificazione delle applicazioni aziendali, Bauli si impegna a fornire un accesso più facile e intuitivo per i dipendenti, facilitando la collaborazione e l'innovazione. Inoltre, negli ultimi cinque anni, il Gruppo ha compiuto numerosi passi avanti in termini di adozione di soluzioni di

**BAULI SI IMPEGNA A SEMPLIFICARE E FACILITARE L'INNOVAZIONE E LA COLLABORAZIONE.**





trasformazione digitale. Tra le attività di Smart Manufacturing in corso, è importante menzionare l'integrazione delle tecnologie IoT (internet of Things) all'interno dei processi produttivi tradizionali, in modo che i dati di processo possano essere raccolti e analizzati in un breve periodo di tempo. In questo modo, è possibile identificare le informazioni essenziali per migliorare le prestazioni delle linee di produzione, ridurre gli sprechi di materiale ed energia e rafforzare la sicurezza a livello di sito.


In questo contesto, il Gruppo ha anche intrapreso un processo di integrazione delle tecnologie produttive esistenti con sensori che consentono di raccogliere e fornire dati e informazioni rilevanti in tempo reale. L'introduzione di sistemi software SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition) e MES (Manufacturing Execution System) consente inoltre di acquisire tali dati su un processo in esecuzione ed eseguire operazioni di supervisione su di esso localmente o da remoto, fino ad interagire in modo integrato con il sistema ERP esistente per ottimizzare i processi di produzione, logistica, disponibilità e controllo delle risorse. Inoltre, tra i fattori considerati c'è la conformità tra cybersecurity e nuove tecnologie con l'obiettivo di adottare sistemi innovativi con il più alto livello di sicurezza disponibile.

La strategia prevede anche l'adozione di un approccio Multi-Cloud & Edge, che consentirà a Bauli di sfruttare appieno le opportunità offerte dalle diverse piattaforme cloud e tecnologie edge per garantire la scalabilità e la flessibilità dei propri servizi digitali. Infine, aprendosi a nuovi canali digitali, Bauli punta ad ampliare la propria

presenza online, raggiungendo un pubblico più ampio e internazionale e migliorando la comunicazione con i propri clienti.

Nell'ambito di queste attività di innovazione, il Gruppo Bauli ha sviluppato una collaborazione continuativa con il Verona Digital Innovation Hub (Speedhub) fondato da Confindustria Verona, specializzato nelle problematiche di supply chain e logistica industriale. Un programma di formazione digitale per l'industria manifatturiera chiamato Dreamy 4 Skills è stato lanciato nel 2023. Il programma prevede una formazione personalizzata attraverso un'analisi della maturità digitale dei dipendenti nelle seguenti macro aree:

- ICT Literacy, si riferisce al miglioramento delle competenze dei dipendenti nella gestione delle nuove tecnologie digitali e dei software utilizzati
- Cybersecurity e privacy, finalizzate ad aumentare la consapevolezza dei rischi e l'adozione di best practice per garantire l'integrità della documentazione digitale del Gruppo
- La manifattura additiva si riferisce allo sviluppo di competenze nelle tecnologie di stampa tridimensionale applicate alla simulazione e prototipazione di nuovi prodotti
- I cobot e i dispositivi wearable (occhiali/abbigliamento intelligenti) sono soluzioni all'avanguardia che consentono l'efficienza del lavoro da parte della maggior parte delle aziende manifatturiere. L'impegno dell'Azienda è quello di mettere l'automazione al servizio dei propri dipendenti, in modo da facilitare e semplificare il loro lavoro piuttosto che sostituirlo




---

**BAULI PUNTA AD AMPLIARE LA PROPRIA PRESENZA ONLINE, RAGGIUNGENDO UN PUBBLICO PIÙ AMPIO E INTERNAZIONALE E MIGLIORANDO LA COMUNICAZIONE CON I PROPRI CLIENTI.**

- Internet of Thing e Manutenzione 4.0, con l'obiettivo di fornire le competenze necessarie per gestire e monitorare da remoto le linee di produzione e i processi aziendali

La preparazione digitale rilevata in Bauli dimostra un alto livello di attenzione al livello qualitativo del prodotto, una buona capacità di eseguire processi, supportata dal know-how degli operatori. C'è consapevolezza dell'importanza di integrare i sistemi informativi aziendali e sviluppare l'automazione nella produzione. Il prossimo passo sarà quello di progettare corsi di formazione ad hoc per sviluppare le competenze necessarie in un ambiente in rapida evoluzione.

## 4.5 MARKETING E COMUNICAZIONE RESPONSABILI


IL GRUPPO BAULI SI IMPEGNA A RENDERE DISPONIBILI A TUTTI I PROPRI CONSUMATORI INFORMAZIONI TRASPARENTI E VERITIERE, RIDUCENDO COSÌ I POSSIBILI IMPATTI ASSOCIATI A COMUNICAZIONI INGANNEVOLI PER CLIENTI E CONSUMATORI FINALI. QUESTA ATTENZIONE VIENE SEGNALATA SIA ATTRAVERSO LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE (PUBBLICITÀ IN TV, ONLINE E SOCIAL MEDIA) SIA ATTRAVERSO LA COMUNICAZIONE VEICOLATA ATTRAVERSO IL PACKAGING DEI PRODOTTI STESSI.

“Consumer first” rappresenta l'approccio alla base di tutte le attività di comunicazione del Gruppo e si concretizza nel miglioramento continuo della conoscenza del consumatore finale attraverso costanti attività di mappatura e dialogo finalizzate all'individuazione di macro-profilo e cluster digitali (DMP). Tutto parte da un'analisi approfondita svolta dalla funzione CMI in merito al posizionamento dei brand del Gruppo e alle reali esigenze dei consumatori, per poi attivare strategie di comunicazione su target specifici e con messaggi rilevanti in base ai loro interessi. Bauli attraverso una strategia di profilazione a matrice è in grado di identificare il consumatore tipo considerando quattro macro-cluster.

Il progressivo aumento delle informazioni relative ai consumatori, sviluppate attraverso questionari, digital tracking e altri strumenti di interazione, consente al Gruppo di arricchire costantemente il proprio CRM per definire contenuti mirati e specifici indicatori di performance (KPI) per ogni contenuto, canale e

momento del percorso di interazione con il consumatore, in un'ottica di “Consumer Journey”. Tali attività vengono svolte prestando costante attenzione agli aspetti Privacy dei Consumatori, agendo al di là degli obblighi normativi per garantire il rispetto dei dati e delle informazioni personali.

Il Gruppo ha scelto di comunicare i risultati concreti del proprio impegno per la sostenibilità, raccontando in modo onesto e trasparente quanto realizzato. In questo senso, nel corso del 2021, ha iniziato a integrare messaggi sul packaging di alcuni dei suoi principali prodotti al fine di comunicare risparmio di materiale, riduzione delle emissioni e dei trasporti, nonché la possibilità di riciclaggio al 100% degli imballaggi Colomba Bauli. Il sito Bauli ospita anche una nuova sezione dedicata al “Percorso della Bontà”, una sintesi dei passi che si impegna a compiere per realizzare un domani più sostenibile.



---

**TUTTE LE NOSTRE ATTIVITÀ VENGONO SVOLTE PRESTANDO COSTANTE ATTENZIONE AGLI ASPETTI PRIVACY DEI CONSUMATORI.**

A livello di comunicazione Corporate, di rilevante importanza è lo sviluppo di una specifica strategia editoriale di LinkedIn, che ha consentito al Gruppo di rafforzare significativamente la propria base di follower e l'interazione con i consumatori, nonché l'attività di Analytics relativa al nuovo sito Bauligroup, che ha consentito un costante monitoraggio dell'efficacia della comunicazione online del Gruppo. Soprattutto su questo canale, il Gruppo ha iniziato a veicolare messaggi mirati per raccontare la propria visione, la propria mission, i propri valori, nonché progetti specifici sui temi della sostenibilità.

La comunicazione al consumatore finale si sviluppa attraverso specifiche campagne pubblicitarie attraverso canali televisivi o digitali, svolte in periodi specifici in base alla tipologia di brand considerato, nonché attraverso attività di comunicazione finalizzate alla promozione di nuovi prodotti e all'utilizzo di nuovi canali di vendita come l'e-commerce.


## ETICHETTATURA RESPONSABILE

In tema di etichettatura dei prodotti, l'attività del Gruppo si svolge in collaborazione tra le funzioni di R&D, Quality Assurance e Produzione. L'attività legata alla Food Labeling (Etichettatura Responsabile) inizia già dall'approvvigionamento della materia prima, che prevede la redazione di una specifica scheda tecnica che viene inviata al gruppo Food Labeling.

Una volta approvata, la distinta base del prodotto viene inviata al Quality Assurance. Con il supporto di uno specifico sistema gestionale informatico, alimentato dalle informazioni contenute nelle schede tecniche delle materie prime acquistate, viene inserita la ricetta per ottenere automaticamente il lettering e le caratteristiche nutrizionali del prodotto.

Le indicazioni da Marketing in merito alle caratteristiche da evidenziare e comunicare al consumatore attraverso i claim sono opportunamente verificate per garantire la correttezza e la conformità della comunicazione apposta sul prodotto. Inoltre, in termini di affermazioni relative alle caratteristiche di sostenibilità del prodotto o del packaging, la funzione QA lavora a stretto contatto con R&D e Marketing per sviluppare una comunicazione coerente e veritiera, garantendo che vengano raccolte tutte le prove a supporto dei messaggi apposti sulla confezione.

Durante il periodo di riferimento 2022-2023, non si sono verificati casi di non conformità per quanto riguarda le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi. Inoltre, nello stesso periodo, non sono stati segnalati episodi di non conformità riguardanti le comunicazioni di marketing.



**UNA COMUNICAZIONE COERENTE E VERITIERA, GARANTENDO CHE VENGANO RACCOLTE TUTTE LE PROVE A SUPPORTO DEI MESSAGGI APPOSTI SULLA CONFEZIONE.**

## DIGITAL PR

Per celebrare i 100 anni del Gruppo Bauli è stato sviluppato un progetto di influencer marketing con per supportare la visibilità del Centenario, attraverso uno storytelling che valorizzasse la storia del brand e dei suoi prodotti iconici, creando così una identità di brand distintiva attraverso i contenuti degli influencer.

Sono stati quindi invitati a Verona 4 influencer, appartenenti a 4 cluster così da intercettare diversi target di interesse, coinvolgendoli in un tour step-by-step volto a valorizzare il Brand, contestualizzandolo tra i Simboli di Verona .

Il tour è partito da "Minuto di Bauli" nel centro della città e si è fermato nei luoghi più iconici di Verona, dal balcone di Romeo e Giulietta all'Arena, raggiungendo infine la Biblioteca Capitolare, sede della conferenza stampa. La giornata si è poi conclusa presso lo stabilimento di Castel D'Azzano, dove gli influencer ed un Gruppo di giornalisti hanno potuto scoprire la magia della lievitazione naturale e della realizzazione dei prodotti del Gruppo.



# 5

---

## LA CATENA DI FORNITURA **60**

5.1 I NOSTRI INGREDIENTI E MATERIE PRIME **65**

5.2 LA GESTIONE RESPONSABILE  
DELLA CATENA DI FORNITURA **70**






I FORNITORI DIRETTI DEL GRUPPO SONO SITUATI PRINCIPALMENTE IN ITALIA E IN EUROPA, PROMUOVENDO PARTENRSHIP DURATURE BASATE SU VALORI ETICI CONDIVISI. GARANTIRE LA QUALITÀ DEL PRODOTTO, LA SICUREZZA E LA SODDISFAZIONE DEGLI STAKEHOLDER DIPENDE DALL'APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE DI INGREDIENTI RIGOROSAMENTE CONTROLLATI E DI ALTA QUALITÀ. BAULI HA SVILUPPATO UN SISTEMA DI VALUTAZIONE DEI FORNITORI CHE COMPRENDE SPECIFICHE PROCEDURE DI APPROVAZION, APPLICANDO CRITERI DI VALUTAZIONE RIGOROSI PER INDIVIDUARE LE AZIENDE PIÙ PERFORMANTI IN TERMINI DI QUALITÀ, SALUTE E SICUREZZA.

L'approvvigionamento responsabile di ingredienti controllati e di alta qualità è fondamentale per garantire la qualità del prodotto e la sicurezza e soddisfazione degli stakeholder. I benefici commerciali dell'approvvigionamento responsabile sono evidenti: aiuta a garantire l'alta qualità che è una caratteristica distintiva delle attività di Bauli, riduce i rischi, stimola l'innovazione e promuove la trasparenza nelle catene di approvvigionamento. Questo rapporto rappresenta il primo passo di Bauli verso una migliore comprensione e mappatura delle questioni critiche che possono sorgere attraverso la sua catena di approvvigionamento, dalle violazioni dei diritti umani agli impatti ambientali. L'azienda è fermamente impegnata nell'avviare un processo completo mirato a identificare e affrontare i potenziali rischi all'interno delle sue operazioni e della rete di fornitori, in termini di libertà di associazione, lavoro minorile e lavoro forzato.

La nostra catena di fornitura, costituita da vari livelli di approvvigionamento e subappalto dislocati in Italia e all'estero, si basa su partnership di lungo periodo con fornitori affidabili e performanti e costantemente monitorati attraverso modalità di ingaggio collaudate nel tempo.



**LA NOSTRA CATENA DI FORNITURA SI BASA SU PARTENRSHIP DI LUNGO PERIODO CON FORNITORI AFFIDABILI E PERFORMANTI E COSTANTEMENTE MONITORATI ATTRAVERSO MODALITÀ DI INGAGGIO COLLAUDATE NEL TEMPO.**



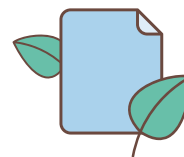
**97%**

DELLE MATERIE PRIME ACQUISTATE È COSTITUITO DA RISORSE RINNOVABILI



**40%**

DEI FORNITORI RILEVANTI VALUTATI TRAMITE ECOVADIS



**87%**

DEI MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO COSTITUITO DA CARTA



**Burro**

Origine europea, prodotto da importanti cooperative lattiero-casearie e trasportato in forma concentrata per mantenere la massima qualità.



**Farina**

Proveniente da Italia, Francia, Austria, Germania e in parteda Est Europa. Le farine vengono poi lavorate presso mulini italiani da cui il Gruppo si approvvigiona.



**Uova**

Solo italiane nel raggio di pochi chilometri dagli stabilimenti produttivi.



**Zucchero**

Provenienti esclusivamente da fornitori europei di barbabietole, che sono tenuti, nell'ambito delle specifiche appropriate, a specificare l'origine botanica e geografica.



**Cacao**

Prodotto in Ghana e Costa d'Avorio, lavorato in Europa e trasformato in cioccolato principalmente in Italia.



**Frutta secca**

Principalmente uva passa, prodotta e lavorata in Turchia.



**Grassi vegetali**

Proveniente dalle zone tropicali del sud-est asiatico.



L'approccio del Gruppo all'acquisto di materie prime e prodotti correlati al packaging prevede la collaborazione con produttori e importatori diretti, a seconda del tipo di materiale acquistato. La capacità di avvalersi di solidi contratti di acquisto con gli importatori, in particolare, consente all'azienda di ridurre al minimo i rischi associati alle grandi forniture, legati alle attività di trasporto o alla disponibilità di merci da parte dei produttori.

I processi di approvvigionamento per le materie prime e l'imballaggio si basano sulla capacità dell'azienda di analizzare costantemente le tendenze di mercato e adattare gli ordini alle esigenze di produzione e alle variazioni di prezzo.

La categoria di fornitori più significativa in termini economici è costituita dai fornitori diretti di materiali (materie prime, materiali di imballaggio, prodotti finiti terzi, sorprese, fornitori di energia, ecc.) rappresentati da circa 300 fornitori.

Ci sono circa 1.000 fornitori di materiali e servizi indiretti (manutenzione e investimenti, parco auto, servizi di utilità, ecc.). La spesa complessiva per prodotti e servizi acquistati dal Gruppo è di circa 200 milioni di euro, la maggior parte dei quali relativi a materie prime e imballaggi.

I fornitori diretti del Gruppo si trovano principalmente in Italia e in Europa e le collaborazioni sono durature e basate su principi etici aziendali condivisi. Ciò è possibile anche grazie all'articolazione e all'affidabilità delle attività di approvazione, che consentono all'azienda di raggiungere elevati livelli di fiducia sulle performance tecniche e di sostenibilità dei fornitori utilizzati. L'azienda conduce regolarmente scouting mirato per valutare l'inserimento di nuovi fornitori altamente competitive.



**I PROCESSI DI APPROVVIGIONAMENTO PER LE MATERIE PRIME E L'IMBALLAGGIO SI BASANO SULLA CAPACITÀ DELL'AZIENDA DI ANALIZZARE COSTANTEMENTE LE TENDENZE DI MERCATO PER GARANTIRE SOLIDI CONTRATTI DI ACQUISTO.**







## 5.1 I NOSTRI INGREDIENTI E MATERIE PRIME



### FARINE

Le farine utilizzate da Bauli sono per lo più di origine europea, poi lavorate presso molini italiani da cui il Gruppo si approvvigiona, in grado di garantire la giusta miscela di grani diversi per raggiungere le caratteristiche reologiche necessarie alle produzioni aziendali. La crescente domanda di rese più elevate, contenuto proteico e glutine ha comportato un uso eccessivo di fertilizzanti chimici, pesticidi e fungicidi. Questa intensificazione delle pratiche agricole ha migliorato la qualità dei prodotti, ma ha prodotto effetti negativi sull'ambiente. La coltivazione del grano è la fase più impattante nelle filiere produttive di pasta, pane e prodotti da forno<sup>2</sup>.

Nel corso degli anni, Bauli ha saputo passare gradualmente dalle farine prodotte in Nord America a materie prime più vicine, con conseguenze positive non solo in termini di controlli sulla materia prima e sull'utilizzo di agenti chimici ma anche di riduzione degli impatti dei trasporti.

### ZUCCHERO

Bauli utilizza principalmente zucchero di barbabietola per tutti i suoi prodotti. L'Unione europea è il primo produttore mondiale di barbabietola da zucchero, con circa il 50% della quantità totale. La maggior parte della barbabietola da zucchero dell'UE viene coltivata nella metà settentrionale dell'Europa, dove il clima è più adatto<sup>3</sup>.

La rotazione delle colture e le pratiche di fertilizzazione che promuovono un equilibrio favorevole della materia organica del suolo sono indicatori ecologici cruciali. Tuttavia, i progressi tecnologici, l'aumento dell'uso di sostanze chimiche e le dinamiche

di mercato hanno esercitato pressioni sui metodi di rotazione tradizionali a favore delle monoculture. Affidarsi a rotazioni semplificate delle colture porta a squilibri ecologici, come una maggiore prevalenza di patogeni, una diminuzione della fertilità del suolo e una maggiore competizione delle erbe infestanti. Sfortunatamente, le conseguenze negative sono spesso ignorate poiché le attuali pratiche agricole danno priorità alle richieste immediate del mercato piuttosto che considerare gli impatti ambientali a lungo termine della produzione.

Bauli acquista lo zucchero quasi interamente da fornitori europei, ai quali è richiesto all'interno di appositi capitolati di specificare l'origine botanica e geografica relativa alla materia prima, al fine di avere una conoscenza completa della qualità e della provenienza. Inoltre, la provenienza europea garantisce il rispetto delle normative di qualità.

### BURRO E UOVA

Burro e uova sono tra le materie prime più rilevanti sia in termini di valore acquistato che in termini di importanza nel processo produttivo. Il burro acquistato è di origine esclusivamente europea, prodotto dalle principali cooperative lattiero-casearie continentali e trasportato in forma concentrata al fine di mantenere la massima qualità. Sull'altro versante, le uova utilizzate (categoria "A" di prima qualità, in linea con le normative nazionali e le pratiche aziendali) provengono esclusivamente dall'Italia entro poche decine di chilometri dagli stabilimenti produttivi.

Le sfide che l'industria agroalimentare deve affrontare per quanto riguarda gli allevamenti sono diventate sempre più complesse nel corso degli anni.

Il benessere degli animali, l'utilizzo di farmaci, la biosicurezza, insieme ai rischi per la salute associati, stanno diventando sempre più interconnessi, rendendo necessario un approccio integrato. La diffusione di fenomeni come l'antibiotico-resistenza ha assunto proporzioni drammatiche negli ultimi anni, rendendo essenziale e non negoziabile la pianificazione proattiva degli interventi.

Al fine di garantire caratteristiche di freschezza e qualità, Bauli richiede ai propri fornitori di uova di sgusciare le uova entro 36 ore dalla deposizione e ne garantisce l'utilizzo in produzione entro poche ore. Inoltre, a causa della severa legislazione europea, vi è una grande attenzione a questioni come la protezione del benessere degli animali e l'uso di antibiotici rispetto alle controparti non europee.

### GRASSI VEGETALI

I grassi vegetali utilizzati per i prodotti del Gruppo, tra cui spicca l'olio di palma, vengono raffinati in Italia da produzioni grezze provenienti principalmente dalle aree tropicali del sud-est asiatico. L'olio di palma, insieme alla farina e agli zuccheri semplici, sono gli ingredienti predominanti nella maggior parte delle torte e dei prodotti da forno commercializzati da Bauli.

L'olio di palma rappresenta attualmente circa il 40% della domanda globale di olio vegetale, che viene utilizzato negli alimenti, nei mangimi e nei carburanti. Nonostante la sua elevata domanda, le piantagioni di palma da olio coprono meno del 5-5,5% della superficie totale delle colture oleaginose globali, grazie alle elevate rese delle palme da olio. Tuttavia, l'espansione delle piantagioni di palma da olio nelle aree boschive

<sup>2</sup> Cappelli, A.; Cini, E. Challenges and Opportunities in Wheat Flour, Pasta, Bread, and Bakery Product Production Chains: A Systematic Review of Innovations and Improvement Strategies to Increase Sustainability, Productivity, and Product Quality. *Sustainability* (2021), 13, 2608. Available at: <https://doi.org/10.3390/su13052608>.

<sup>3</sup> Patrick Kelly. The EU sugar sector. EPRS European Parliamentary Research Service (2020). Disponibile su: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652040/EPRS\\_BRI\(2020\)652040\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652040/EPRS_BRI(2020)652040_EN.pdf)

del Borneo, di Sumatra e della penisola malese, dove viene prodotto oltre il 90% dell'olio di palma mondiale, ha sollevato notevoli preoccupazioni sulla deforestazione. L'entità del contributo diretto dell'espansione della palma da olio alla deforestazione varia notevolmente, con stime che vanno dal 3% in Africa occidentale al 50% nel Borneo malese. Inoltre, la coltivazione della palma da olio è stata associata al drenaggio e all'incendio delle torbiere nel sud-est asiatico. Queste espansioni hanno comportato impatti ambientali negativi documentati, tra cui la perdita di biodiversità, le emissioni di gas serra e l'inquinamento atmosferico.

Nonostante le sue qualità uniche come prodotto, l'olio di palma ha certamente un impatto ambientale non trascurabile. Consapevole di ciò, Bauli partecipa da diversi anni alla Tavola rotonda sull'olio di palma sostenibile (RSPO), un'organizzazione globale con membri volontari focalizzata sull'unione delle parti interessate lungo tutta la catena di approvvigionamento dell'olio di palma per sviluppare e implementare standard globali per un olio di palma più sostenibile. Pertanto, Bauli garantisce che tutti i suoi fornitori diretti di grassi vegetali siano certificati RSPO e si impegna a mitigare i cambiamenti climatici, migliorare i mezzi di sussistenza dei piccoli agricoltori e porre fine allo sfruttamento dei lavoratori lungo la catena di approvvigionamento dei grassi vegetali<sup>4</sup>.

### CACAO

Utilizzato sotto forma di cioccolato per la farcitura di alcune referenze Bauli e per la produzione di uova di cioccolato. Il cacao acquistato dal Gruppo proviene principalmente dall'Africa orientale, in particolare dal Ghana e dalla Costa d'Avorio. Viene poi lavorato sul suolo europeo e trasformato in cioccolato principalmente in Italia.

Circa 5-6 milioni di famiglie impegnate nell'agricoltura su piccola scala contribuiscono a circa il 90% della produzione globale di cacao. Circa 50 milioni di persone in

tutto il mondo dipendono dalla catena di approvvigionamento del cacao per il loro sostentamento e le fonti di occupazione. La struttura della catena di approvvigionamento del cacao assomiglia a una forma a clessidra, caratterizzata da un numero significativo di agricoltori, un piccolo numero di esportatori e trasformatori e milioni di consumatori. Solo nove commercianti e trasformatori dominano il 75% del commercio globale di cacao, esercitando un'influenza significativa sui prezzi del cacao e sulla sostenibilità del settore. La coltivazione del cacao comporta in genere pratiche ad alta intensità di manodopera fortemente dipendenti dal lavoro manuale, con conseguenti ritorni economici limitati per gli agricoltori.

Bauli è consapevole dell'impatto dell'approvvigionamento di cacao, quindi ha ottenuto la certificazione alimentare UTZ Quality (ora parte della Rainforest Alliance). Il marchio UTZ rappresenta un'agricoltura più sostenibile e migliori opportunità per gli agricoltori nella catena di approvvigionamento del cacao. La conformità ai severi requisiti da parte delle aziende agricole e delle aziende certificate UTZ viene verificata da organismi di certificazione indipendenti, rendendo particolarmente difficile ottenere questa certificazione. Tali requisiti comprendono buone pratiche agricole e gestione delle aziende agricole, condizioni di lavoro sicure e salubri, lotta al lavoro minorile e forzato e protezione dell'ambiente<sup>5</sup>.

### FRUTTA SECCA

Tra la frutta secca acquistata dal Gruppo spicca l'uva passa, un'uva bianca senza semi, particolarmente adatta all'appassimento e utilizzata nella preparazione del panettone. Questa materia prima è prodotta e lavorata principalmente in Turchia, il principale produttore mondiale di uvetta.

L'impatto ambientale della produzione di uva passa dipende principalmente dall'energia consumata durante il processo di essiccazione. Mentre la maggior parte dell'uvetta viene essiccata utilizzando la luce solare naturale, che riduce significativamente

l'impronta di carbonio, alcune uvetta vengono essiccate utilizzando essiccatori meccanici che si basano su fonti di energia non rinnovabili. Un'altra preoccupazione ambientale è il notevole fabbisogno idrico per la produzione di uva, in particolare attraverso l'irrigazione da falda, che può contribuire all'estrazione eccessiva e all'esaurimento di risorse già limitate in Turchia.

Bauli proviene da fornitori turchi che applicano pratiche tradizionali che garantiscono l'essiccazione naturale del prodotto. Questa pratica riduce notevolmente l'impatto energetico della produzione e consente di soddisfare le corrette caratteristiche di umidità richieste per i prodotti Bauli.

Inoltre, è importante ricordare che per tutta la produzione agricola Bauli detiene la certificazione Fairtrade. Questa certificazione nasce dalla consapevolezza che ciò che mette gli agricoltori di tutto il mondo in maggiore difficoltà è il calo dei prezzi dei loro prodotti. Ecco perché, per ogni prodotto, Fairtrade ha stabilito un prezzo minimo obbligatorio, calcolato insieme agli agricoltori stessi per coprire i costi necessari per una produzione sostenibile.

### MATERIALI DI IMBALLAGGIO

Oltre alle materie prime necessarie per la realizzazione dei prodotti, il Gruppo utilizza quantità significative di materiali di imballaggio. In particolare, questi sono rappresentati da carta (per cartoni, scatole visive e stampini), vari tipi di plastica (principalmente polietilene, polipropilene e PET) e metallo per la chiusura "twist".

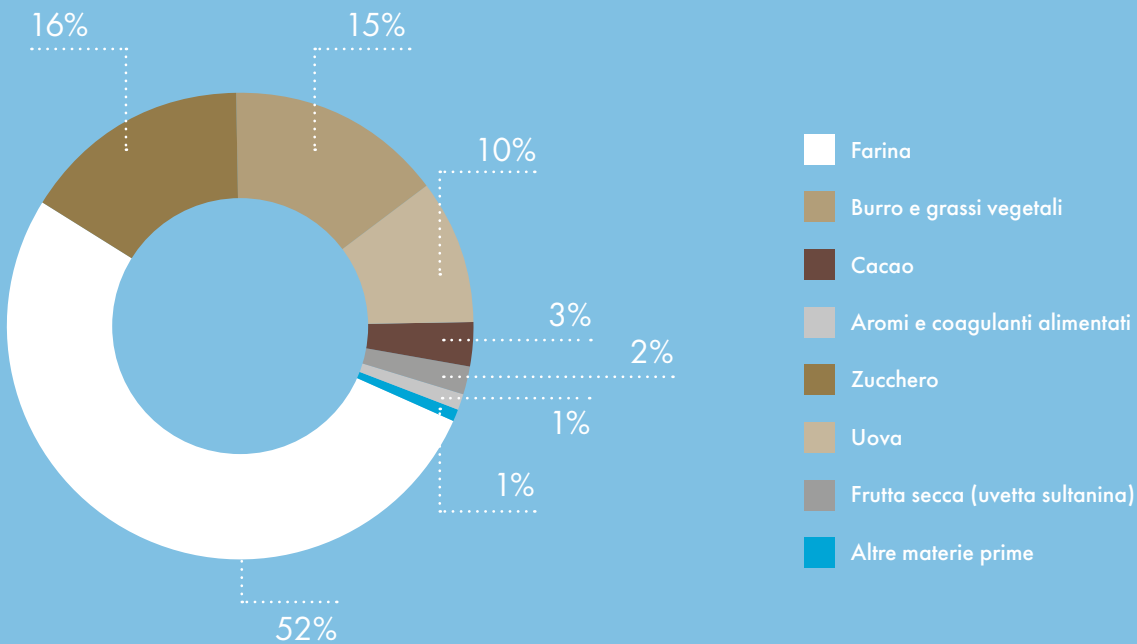
Il Gruppo si impegna a garantire un costante monitoraggio della quantità di materiali utilizzati. Nello specifico, gli stabilimenti della capogruppo Bauli S.p.A. supervisionano quotidianamente e conducono mensilmente un'analisi sui KPI relativi alle quantità di materie prime e imballaggi utilizzati. In un'ottica di economia circolare, il monitoraggio riguarda anche i volumi di "rework" (scarti di pasta cruda o cotta che vengono rilavorati dall'interno dello stesso prodotto) e "zootecnici" (rifiuti inviati all'industria dei mangimi).

<sup>4</sup> Meijaard, E., Brooks, T.M., Carlson, K.M. et al. The environmental impacts of palm oil in context. *Nat. Plants* 6, 1418–1426 (2020). Disponibile su: <https://doi.org/10.1038/s41477-020-00813-w>  
<sup>5</sup> [riskmap.fairtrade.net/countries/cote-divoire](https://riskmap.fairtrade.net/countries/cote-divoire)

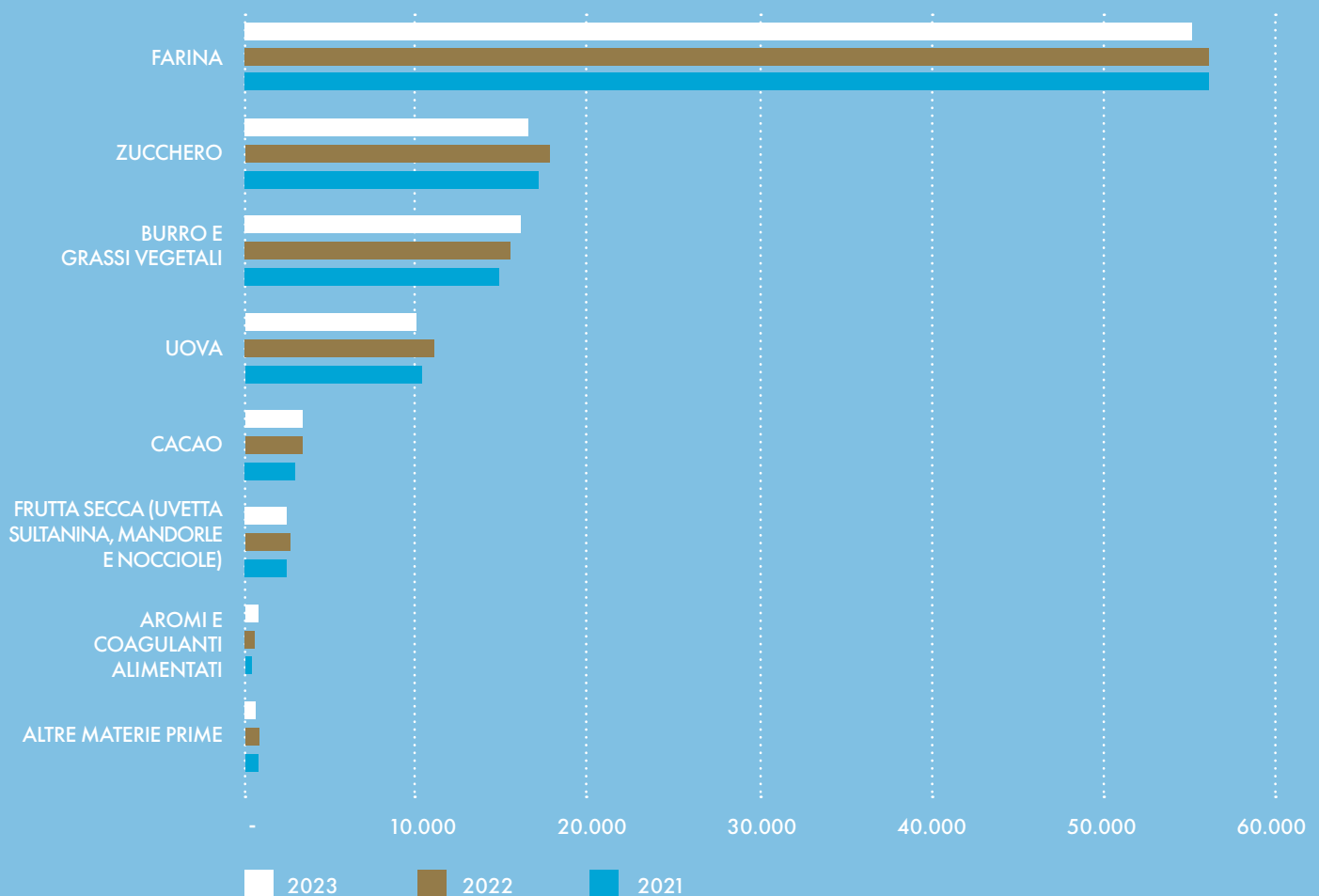
---

**IL CACAO ACQUISTATO DAL GRUPPO PROVIENE PRINCIPALMENTE DALL'AFRICA ORIENTALE, IN PARTICOLARE DAL GHANA E DALLA COSTA D'AVORIO. VIENE POI LAVORATO SUL SUOLO EUROPEO E TRASFORMATO IN CIOCCOLATO PRINCIPALMENTE IN ITALIA.**

### Materie prime alimentari utilizzate dal Gruppo (%) <sup>6</sup>

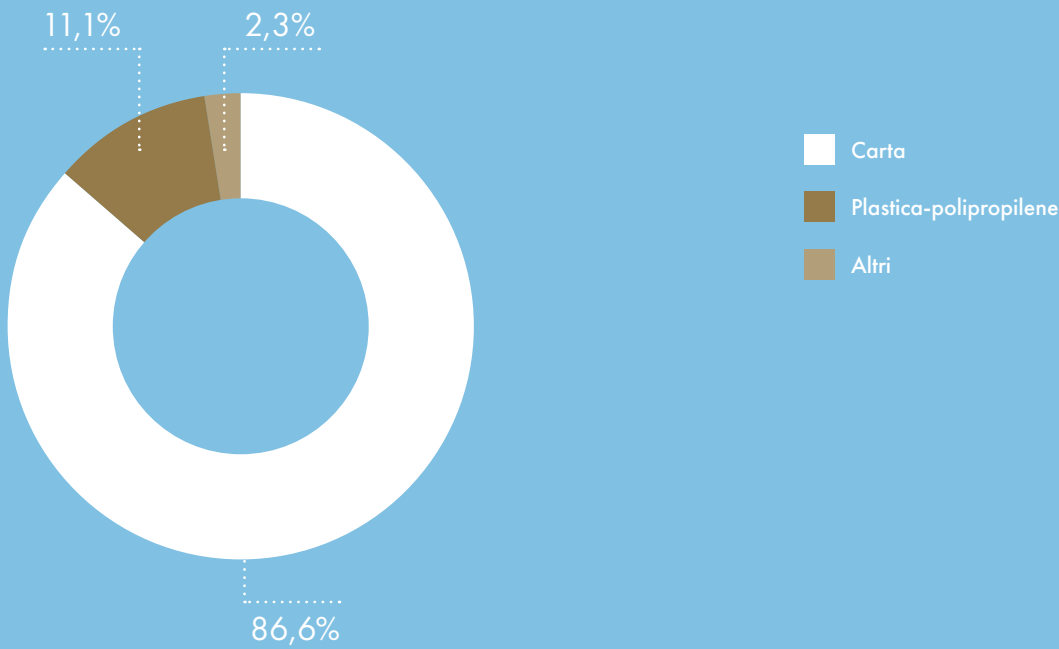


### Materie prime alimentari utilizzate dal Gruppo (ton)

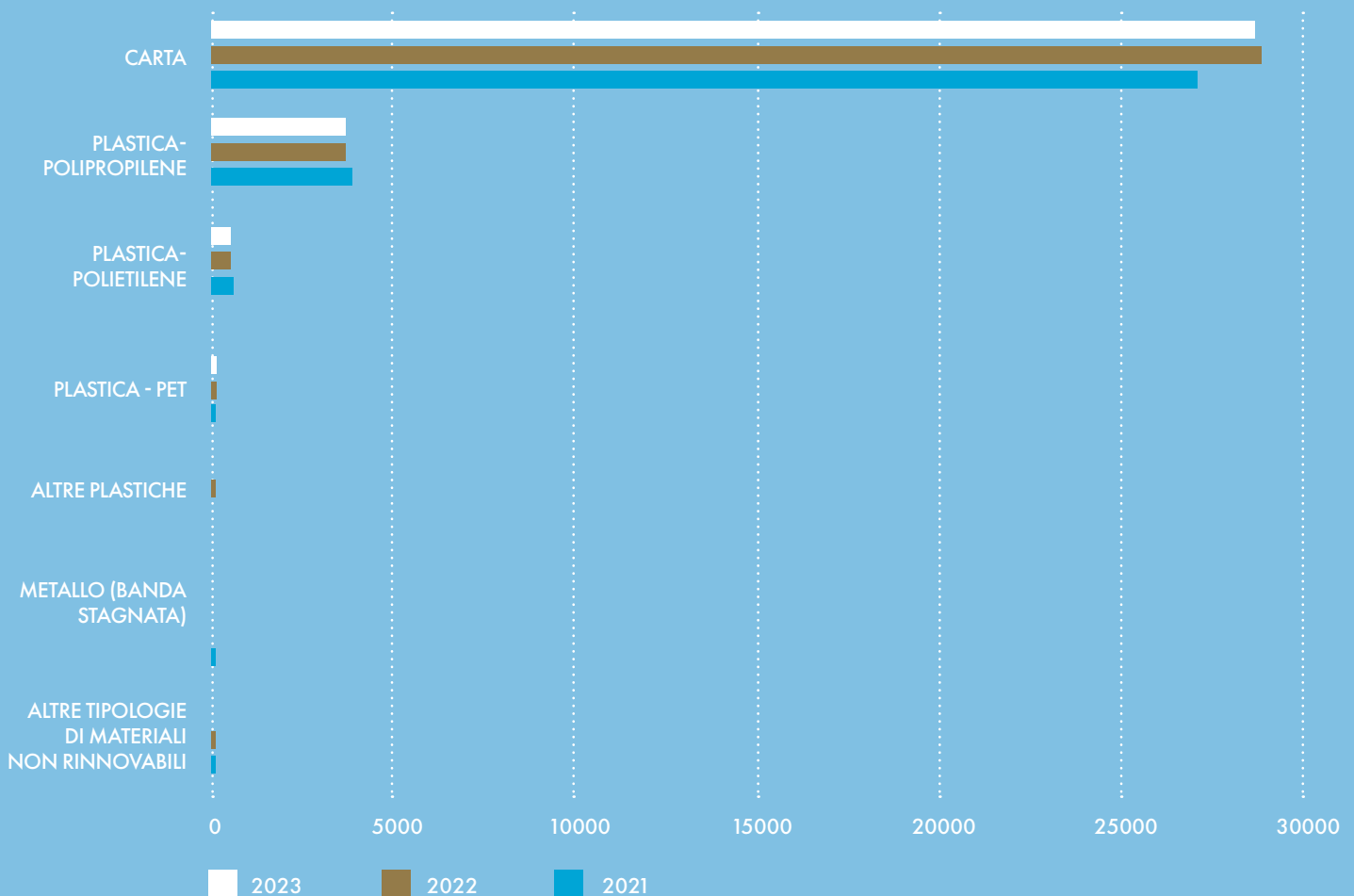


<sup>6</sup> L'ambito dei dati sul volume totale dei materiali utilizzati include gli stabilimenti produttivi in Italia e lo stabilimento indiano. Sono esclusi dal limite di rendicontazione per i dati relativi all'approvvigionamento dei materiali Bauli Francia e Bauli Slovacchia, per i quali tale consumo non è considerato significativo.

### Packaging e altri materiali utilizzati dal Gruppo (%) <sup>7</sup>



### Packaging e altri materiali utilizzati dal Gruppo (ton)



<sup>7</sup> L'ambito dei dati sul volume totale dei materiali utilizzati include gli stabilimenti produttivi in Italia e lo stabilimento indiano. Sono esclusi dal limite di rendicontazione per i dati relativi all'approvvigionamento dei materiali Bauli Francia e Bauli Slovacchia, per i quali tale consumo non è considerato significativo.

## 5.2 LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

IL PROCESSO DI VALUTAZIONE DEI FORNITORI PREVEDE UNA SPECIFICA ATTIVITÀ DI APPROVAZIONE BASATA SULL'APPLICAZIONE DI RIGOROSI CRITERI DI CONTROLLO, CON L'OBIETTIVO DI SELEZIONARE LE MIGLIORI AZIENDE IN GRADO DI RAGGIUNGERE I MASSIMI RISULTATI IN TERMINI DI QUALITÀ E SICUREZZA IGIENICO-SANITARIA.

Il Gruppo adotta una procedura di valutazione, qualificazione e revisione dei fornitori che descrive le modalità e i criteri adottati da Bauli per la scelta preliminare, la selezione e la loro valutazione al fine di garantire il rispetto di tutte le normative vigenti applicabili, comprese quelle in materia di igiene, ambiente, salute e sicurezza. Questa procedura si applica ai fornitori di materie prime, imballaggi, sorprese e servizi (pulizia, controllo dei parassiti, analisi, calibrazione degli strumenti, trasporto, manutenzione, assemblaggio, stoccaggio, facchinaggio e trasporto).

Il processo di approvazione dei fornitori è gestito attraverso un portale fornitori online. Nella fase di induction è prevista una prima valutazione documentale relativa all'organizzazione basata sull'analisi delle procedure interne all'azienda, in particolare per quanto riguarda la capacità di garantire la qualità, la sicurezza e la tracciabilità delle produzioni.

La seconda fase del processo di approvazione prevede una valutazione documentale relativa alla materia prima fornita, riferita in particolare al rispetto delle caratteristiche qualitative e degli standard specifici, garantiti dalla presenza di certificazioni di prodotto.

In base al livello di criticità del fornitore, la procedura di valutazione prevede la sola raccolta di informazioni in caso di bassa criticità, mentre in caso di criticità medio-alta vengono effettuate visite ispettive, verifiche o attività specifiche, al fine di monitorare la validità degli standard qualitativi richiesti. Le visite ispettive vengono effettuate da società esterne specializzate sulla base di liste di controllo definite dal Gruppo, in base alle caratteristiche specifiche della tipologia di organizzazioni valutate.

All'interno delle liste di controllo sono inclusi, tra gli altri, gli aspetti relativi allo standard SA8000 relativi alla responsabilità sociale in conformità con le disposizioni dell'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro), della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti dell'Infanzia. Vi è inoltre una valutazione di specifici criteri sociali e ambientali, quali, per citarne alcuni, la presenza di certificazioni etico-sociali e ambientali (es. ISO 14001), la gestione delle risorse idriche o dei rifiuti, la valutazione del rischio OGM su materie prime e prodotti finiti. Nel corso dell'anno, il 20% dei nuovi fornitori di materie prime, imballaggi, sorprese e prodotti finiti è stato valutato sulla base di criteri ambientali e sociali.

La terza e ultima fase di approvazione prevede l'effettuazione di test industriali, definiti di volta in volta in relazione alla specificità e criticità della materia prima acquistata o della potenziale applicazione da parte del Gruppo. In questa fase avviene la valutazione integrata delle varie funzioni aziendali, che in caso di presenza di caratteristiche non rispondenti alle esigenze produttive lavorano sinergicamente con il fornitore per risolvere le criticità.

Alla conclusione della procedura di approvazione, il fornitore deve sottoscrivere uno specifico capitolato d'acquisto relativo al prodotto. Questo disciplinare è alla base delle attività di controllo qualità svolte dall'area Quality Assurance, che esegue la valutazione dei parametri relativi alle materie prime oggetto delle forniture in arrivo agli impianti sulla base di specifici piani di controllo e analisi.

Nessuna merce può essere consegnata fino a quando il laboratorio non ha completato le attività di analisi, ad eccezione delle materie prime che richiedono test con una durata prolungata, che vengono stoccate presso l'impianto fino al completamento del controllo.

Inoltre, la capogruppo Bauli S.p.A. ha recentemente intrapreso un processo di mappatura degli impatti relativi ai propri fornitori utilizzando il questionario Ecovadis. I primi risultati mostrano che dieci fornitori strategici, che coprono circa il 40% del valore degli acquisti, stanno sviluppando un percorso per valutare i loro impatti relativi alle principali tematiche ESG proprio attraverso la compilazione del questionario. Si precisa che, ad oggi, la partecipazione all'iniziativa EcoVadis non è vincolante per poter collaborare con il Gruppo Bauli, ma l'Azienda prenderà in considerazione i risultati raccolti al fine di aumentare la consapevolezza degli impatti della propria filiera.

In caso di non conformità rilevata nel processo di ispezione, viene emesso un rapporto di non conformità che può avere due livelli di gravità: per non conformità significativa, in cui la merce non può essere utilizzata, il prodotto viene restituito; in caso di non conformità di lieve entità, la segnalazione viene comunque emessa ma, a discrezione del laboratorio, la merce può essere utilizzata se vi è la certezza che non può avere un impatto sulla salute dei consumatori. Le segnalazioni di non conformità, che comprendono anche aspetti legati alla logistica, sono inserite in un apposito database gestito dalla funzione acquisti.

**NEL CORSO DELL'ANNO, IL 20% DEI NUOVI FORNITORI DI MATERIE PRIME, IMBALLAGGI, SORPRESE E PRODOTTI FINITI È STATO VALUTATO SULLA BASE DI CRITERI AMBIENTALI E SOCIALI.**

Con cadenza mediamente bisettimanale, il Gruppo conduce un'analisi complessiva della qualità delle forniture sulla base di diversi indici, inclusa l'incidenza in valore delle non conformità rilevate sul totale delle forniture. Tale indicatore, per ciascun fornitore, non può superare un valore dello 0,9%. Se il limite prestabilito viene superato, il fornitore viene contattato dall'ufficio acquisti per approfondire ulteriormente le ragioni della non conformità. Inoltre, con cadenza annuale, il Gruppo conduce una valutazione complessiva della qualità di tutti i fornitori sulla base delle indagini raccolte. Questo processo coinvolge diverse funzioni aziendali in modo integrato e consente di classificare i fornitori in quattro classi: approvati, approvati condizionatamente, sospesi o esclusi.

# 6

---

## IL PIANETA

**72**

6.1 IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE	74
6.2 ENERGIA ED EMISSIONI	76
6.3 GESTIONE DEGLI SCARTI ED ECONOMIA CIRCOLARE	82
6.4 PACKAGING SOSTENIBILE	84
6.5 PROTEZIONE DELLE RISORSE NATURALI	86







IL GRUPPO HA ADOTTATO UN SISTEMA INTEGRATO DI GESTIONE DELLA SICUREZZA E DELL'AMBIENTE, CERTIFICATO ISO 14001 DAL 2008, PRESSO LE SUE PRINCIPALI STRUTTURE PRODUTTIVE. QUESTO SISTEMA MIRA A PREVENIRE, CONTROLLARE E MINIMIZZARE IN MODO PROATTIVO L'IMPATTO AMBIENTALE DELLE OPERAZIONI AZIENDALI. INOLTRE, IL GRUPPO GESTISCE DUE IMPIANTI FOTOVOLTAICI CON UNA CAPACITÀ INSTALLATA TOTALE DI QUASI 1.230 KW. BAULI ATTRIBUISCE GRANDE IMPORTANZA ALLA RIDUZIONE DEI RIFIUTI DI IMBALLAGGIO, AL POTENZIAMENTO DELLA RIUTILIZZABILITÀ E RICICLABILITÀ, E ALLA GESTIONE EFFICIENTE DEI MATERIALI RICICLATI PER SALVAGUARDARE LE RISORSE NATURALI. IL GRUPPO HA ANCHE CONDOTTO APPROFONDITE ANALISI DEL CICLO DI VITA PER DUE DEI SUOI PRODOTTI DI PUNTA, PANDORO BAULI E BUONDÌ MOTTA.



**6,59**  
**GJ/ton**

ENERGIA UTILIZZATA  
PER TON DI PRODOTTO



**0,38**  
**tCO<sub>2</sub>e/ton**

EMISSIONI GHG GENERATE  
PER TON DI PRODOTTO



**<0,2%**


LA PERCENTUALE  
DI RIFIUTI PERICOLOSI

## 6.1 IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Il Gruppo adotta sin dal 2008 un Sistema Integrato di Gestione della Sicurezza e dell'Ambiente, certificato secondo la norma ISO 14001, nelle strutture produttive di Castel D'Azzano, San Martino Buon Albergo, Orsago e Romanengo, al fine di prevenire, controllare e ridurre l'impatto delle attività aziendali. Si sta valutando l'estensione di questa certificazione a tutti i siti produttivi del Gruppo. Inoltre, è prevista l'implementazione

di un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alla norma ISO 50001 presso il sito produttivo principale di Castel D'Azzano entro dicembre 2023; la valutazione di fattibilità per l'impianto di San Martino Buon Albergo continuerà nel 2024. Questo obiettivo rappresenta un passo importante nell'integrazione della gestione di tutti gli aspetti ambientali.

Bauli ha implementato una procedura specifica per monitorare i suoi impatti



**IL GRUPPO ADOTTA  
SIN DAL 2008 UN SISTEMA  
INTEGRATO DI GESTIONE  
DELLA SICUREZZA  
E DELL'AMBIENTE.**



ambientali, in conformità ai requisiti dell'“Autorizzazione Integrata Ambientale” (AIA) e dell'“Autorizzazione Unica Ambientale” (AUA). L'autorità competente effettua controlli regolari sugli impatti ambientali diretti (prelievi e scarichi di acqua, consumo di energia ed emissioni, sostanze pericolose, emissioni sonore, rifiuti e gas refrigeranti) e sugli impatti indiretti (materiali in ingresso e in uscita, materiali di imballaggio, solventi utilizzati per la stampa). Gli impianti di Castel D'Azzano (VR) e quello di San Martino Buon Albergo (VR) possiedono l'AIA, mentre gli impianti di Orsago (TV) e Romanengo (CR) hanno ottenuto l'AUA per svolgere le loro attività.

Gli aspetti ambientali rilevanti sono soggetti a un monitoraggio costante dei parametri nelle principali strutture produttive. Gli ambiti più attentamente monitorati sono il consumo di elettricità, l'efficienza degli impianti di cogenerazione e trigenerazione, il consumo di gas naturale, la produzione di rifiuti, la qualità e la quantità di acqua prelevata e scaricata, le materie prime e gli imballaggi utilizzati, con visibilità giornaliera sulle prestazioni degli impianti. Mensilmente, i Responsabili Tecnici e i Direttori degli impianti di ciascuna struttura di Bauli partecipano al Comitato di Coordinamento Energia & Ambiente per incontri dedicati all'andamento di questi aspetti, al fine di analizzare i parametri, individuare tendenze, condividere le migliori pratiche e definire eventuali

criticità e azioni correttive per specifiche inefficienze. A tali incontri partecipano anche i responsabili degli impianti, così come le aree di Controllo, Qualità e Operations.

L'azienda si impegna attivamente ed ha attivato tutti i sistemi (dal sistema di conformità interna alla certificazione del sistema di gestione ambientale) per evitare eventuali sanzioni derivanti da violazioni di leggi e regolamenti aziendali. Nel corso dell'anno finanziario 2022-2023, non sono stati registrati episodi di non conformità legati a leggi o regolamenti.

### LA VALUTAZIONE DEL CICLO DI VITA PER LA VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DEI PRODOTTI DEL GRUPPO

La valutazione del ciclo di vita (Life Cycle Assessment - LCA) è un metodo oggettivo per valutare e quantificare i carichi e gli impatti energetici e ambientali associati a un prodotto / processo / attività durante il suo intero ciclo di vita, dall'acquisizione delle materie prime alla fine del ciclo di vita, dalla “culla alla tomba”.

Il Gruppo Bauli ha condotto un primo studio LCA nel 2020 su uno dei suoi prodotti più rappresentativi, il Panettone Motta. Questa attività è stata condotta nell'ambito del progetto europeo LIFE MAGIS - MAde Green in Italy Scheme, cofinanziato dal Programma LIFE

dell'Unione Europea a sostegno della diffusione del programma “Made green in Italy”, promosso dal Ministero della Transizione Ecologica per valorizzare i prodotti italiani con le migliori performance ambientali, e del Product Environmental Footprint.

Nel 2022 il Gruppo ha intrapreso lo studio Life Cycle Analysis di due dei prodotti più importanti sul mercato: il Pandoro Bauli e il Buondi Motta. Gli studi di impatto ambientale sono stati effettuati seguendo le norme ISO 14040 e ISO 14044, in conformità con le più stringenti Product Category Rules (PCR) per i prodotti da forno. Nello specifico, le prestazioni ambientali dei prodotti sono state calcolate considerando l'intera filiera dalla produzione e coltivazione delle materie prime al trasporto del prodotto finito allo scaffale e allo smaltimento dell'imballaggio a fine vita.

Il risultato degli studi LCA ha permesso ad entrambi i prodotti di avere una Dichiarazione di Impatto Ambientale (EPD) verificata da un ente di certificazione basato sullo standard ISO 14025. Nel 2023 sono state pubblicate 11 Dichiarazioni Ambientali di Prodotto nel database del principale operatore mondiale EPD Program (EPD International), corrispondenti ai 4 formati di Pandoro e alle 7 varianti di Buondi Motta.

I risultati degli studi condotti saranno disponibili al pubblico sul sito web di EPD International: [www.environdec.com](http://www.environdec.com).

## 6.2 ENERGIA ED EMISSIONI

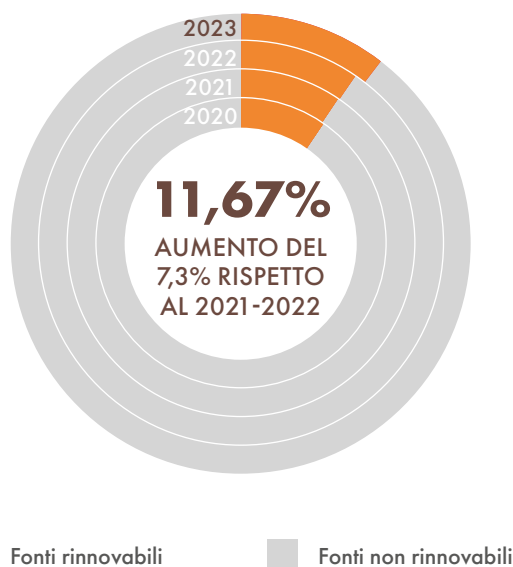
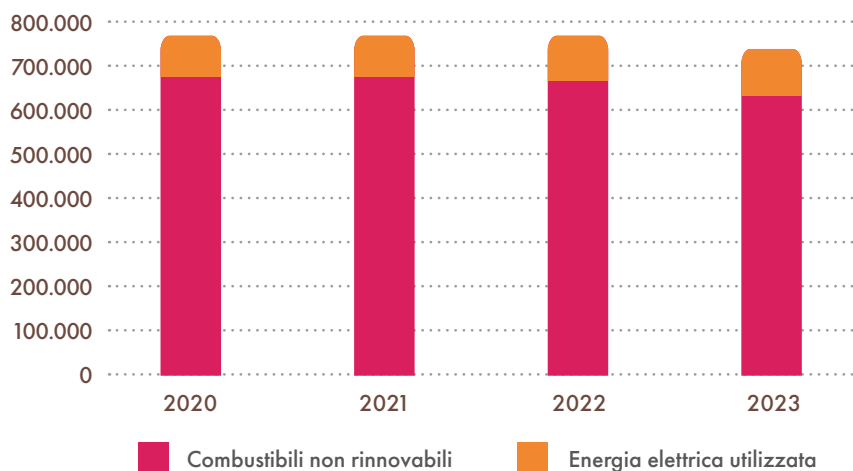
In qualità di attore globale nell'industria alimentare, Bauli svolge un ruolo importante nel raggiungimento degli obiettivi dell'accordo sul clima di Parigi per frenare gli effetti dei cambiamenti climatici. Per fare ciò, il Gruppo è focalizzato su tre dimensioni principali:

- Monitoraggio e misurazione dei flussi di energia e delle emissioni climatiche (GHG)
- Utilizzo di energia prodotta da fonti rinnovabili
- Efficienza energetica dei processi e degli impianti

Il Gruppo monitora mensilmente i parametri relativi ai consumi energetici e all'efficienza attraverso un Comitato Energia, composto dai direttori dei principali siti produttivi e dai direttori tecnici degli impianti. Il comitato ha il compito di analizzare i dati raccolti da sensori dedicati posizionati in ogni sito produttivo e di elaborare proposte di miglioramento attraverso investimenti specifici con un orizzonte di 6-12 mesi.

Nel 2023 sono stati installati ulteriori sensori che consentiranno un monitoraggio centralizzato e capillare dei consumi di gas naturale, energia elettrica ed energia frigorifera utilizzati nei principali siti produttivi italiani. L'intento del Gruppo è quello di migliorare continuamente la qualità dei dati per consentire la predisposizione di piani di miglioramento energetico oggettivi e quantificabili. Queste informazioni, raccolte in modo granulare, permetteranno di procedere alla definizione di bilanci energetici reali del sito, di avere una conoscenza precisa di tutti i flussi energetici interni e di individuare ulteriori opportunità di miglioramento dell'efficienza.

### Consumo di energia nell'organizzazione (GJ)<sup>8</sup>



<sup>8</sup> Vedi la sezione "Indicatori di prestazione" del presente Bilancio per i fattori di conversione adottati per calcolare il consumo di energia in GJ.

Il consumo totale di energia di Bauli è diminuito da 760.562 GJ nel 2021/2022 a 736.883 GJ nel 2022/2023. L'energia utilizzata da Bauli per far funzionare i forni da panificazione, alimentare i cogeneratori e riscaldare le fabbriche è generata principalmente dal gas naturale e ammonta a 611.558 GJ, in diminuzione del 5,1% rispetto all'anno precedente. D'altro canto, l'elettricità è necessaria per far funzionare le macchine, l'illuminazione, il raffreddamento degli uffici e altri consumi ausiliari delle strutture, per un totale di 101.240 GJ, in aumento del 6,7% rispetto al 2021/2022. Le unità di cogenerazione e trigenerazione installate hanno consumato circa 281.370 GJ utilizzati direttamente per la produzione di elettricità e calore, con solo una parte residua inviata alla rete elettrica.

Quest'anno Bauli ha continuato a fare progressi nell'ambito delle energie rinnovabili, con il 11,67% del suo consumo complessivo di energia coperto da fonti rinnovabili, in aumento del 7,3% rispetto all'anno precedente. In particolare, la capogruppo Bauli S.p.A. acquista elettricità interamente da fonti rinnovabili da centrali idroelettriche e centrali oceaniche, certificata da appositi attestati di origine. Il Gruppo può inoltre contare su due impianti fotovoltaici, uno ad Altopascio e uno a Baramati (India), con una capacità installata totale di quasi 1.230 kW. Nella ricerca di un futuro decarbonizzato, Bauli si è prefissata l'obiettivo di raddoppiare la sua capacità installata fino a 2 MW entro la fine del 2023, con nuovi impianti fotovoltaici che saranno installati a Castel D'Azzano, San Martino Buon Albergo e Orsago l'anno successivo.

Bauli ha sempre dedicato risorse significative per migliorare l'efficienza produttiva e ridurre il consumo energetico delle sue strutture produttive. In particolare, durante il periodo 2022-2023, sono state attuate le seguenti azioni di miglioramento:

- Sostituzione o efficientamento degli U.T.A. (unità di trattamento dell'aria) per il raffrescamento dei luoghi di lavoro, e adozione software per automatizzare in modo efficiente il funzionamento a Castel D'Azzano;

- Sostituzione di riscaldatori elettrici con scambiatori di calore alimentati con acqua calda recuperata dal cogeneratore;

- Sostituzione dei sistemi di illuminazione con luci a LED più efficienti;

- Sostituzione di due unità di refrigerazione presso l'impianto di Castel D'Azzano con un'unica unità ad alta efficienza;

- Efficientamento del sistema di generazione di acqua glicolata grazie all'installazione di nuove pompe;

- Aumento significativo efficienza energetica del tunnel di raffreddamento della linea Girella;

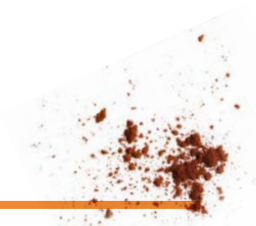
- Utilizzo del calore generato dal cogeneratore di Castel D'Azzano e dai camini di Orsago per generazione acqua calda per la conservazione di alcuni ingredienti e per preriscaldamento aria che entra nei forni, con aumento efficienza del 15%;

- Revisione di tutti gli interruttori delle linee di produzione in modo che i singoli moduli possano essere facilmente sostituiti senza subire perdite energetiche.

La combinazione di queste iniziative, che verranno implementate nei prossimi anni, porterà a un risparmio totale di oltre 3.344 MWh all'anno una volta completamente implementate, corrispondente a circa il 2% di riduzione del consumo energetico totale nel 2022/2023.

## LE EMISSIONI CLIMA-ALTERANTI GENERATE DAL GRUPPO

Il Gruppo Bauli riconosce l'importanza critica di ridurre le sue emissioni di gas serra (GHG), anche mentre continua ad espandere le proprie ATTIVITÀ. Nell'anno fiscale 2022/2023, le emissioni totali del Gruppo, calcolate utilizzando la metodologia basata sulla localizzazione, hanno ammontato a 42.532 tonnellate metriche di CO<sub>2</sub> equivalenti (tCO<sub>2</sub>e), segnando una diminuzione del 4,37% rispetto alle emissioni dell'anno precedente, che ammontavano a 44.476 tCO<sub>2</sub>e.



**IN PARTICOLARE, LA CAPOGRUPPO BAULI S.P.A. ACQUISTA ELETTRICITÀ INTERAMENTE DA FONTI RINNOVABILI DA CENTRALI IDROELETTRICHE E CENTRALI OCEANICHE, CERTIFICATA DA APPOSITI ATTESTATI DI ORIGINE.**

All'interno di questo totale, le emissioni dirette del Gruppo (Scope 1) si sono attestate a 32.391 tCO<sub>2</sub>e. Queste emissioni derivano principalmente dal consumo di gas naturale e hanno registrato una notevole riduzione del 6,8% rispetto ai dati del 2021/2022. Al contrario, le emissioni indirette associate al consumo di elettricità (Scope 2 Location based) hanno subito un aumento del 4,6%, raggiungendo un totale di 10.141 tCO<sub>2</sub>e nell'anno fiscale 2022/2023. Le emissioni del Scope 2, calcolate utilizzando la metodologia market based sul mercato, sono ammontate a soli 2.852 tCO<sub>2</sub>e nel 2022/2023 grazie all'ampio utilizzo di elettricità generata da fonti rinnovabili, acquisita con certificati di origine garantita (GO). Bauli riconosce l'importanza di calcolare l'intera entità della sua impronta di carbonio e si impegnerà

attivamente nella misurazione e nella divulgazione delle emissioni del Scope 3 nei prossimi anni.

È importante notare che una parte significativa delle emissioni atmosferiche, compresi gli ossidi di azoto, ha origine dai processi di combustione legati alle attività produttive. I limiti consentiti per queste emissioni sono stabiliti dalle autorizzazioni AIA (Autorizzazione Integrata Ambientale) e AUA (Autorizzazione Unica Ambientale). Per garantire il rigoroso rispetto di questi limiti, Bauli collabora strettamente con aziende esterne accreditate, che sovrintendono al controllo e al monitoraggio di queste emissioni.

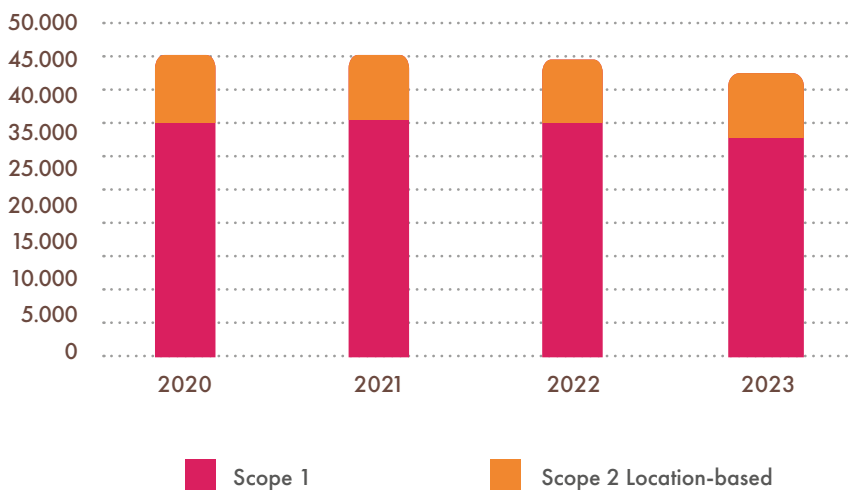
Nell'ambito del continuo impegno per ridurre l'impronta ambientale delle sue attività, Bauli pone una forte enfasi sul



**6,8%**

**UNA NOTEVOLE RIDUZIONE DELLE EMISSIONI RISPETTO AI DATI DEL 2021/2022.**

### Emissioni GHG (tCO<sub>2</sub>e - Scope 1 and Scope 2 Location Based)<sup>9,10</sup>



<sup>9</sup> Vedi la sezione "Indicatori di Prestazione" del presente Bilancio per i fattori di emissione adottati per determinare Scope 1 e Scope 2.

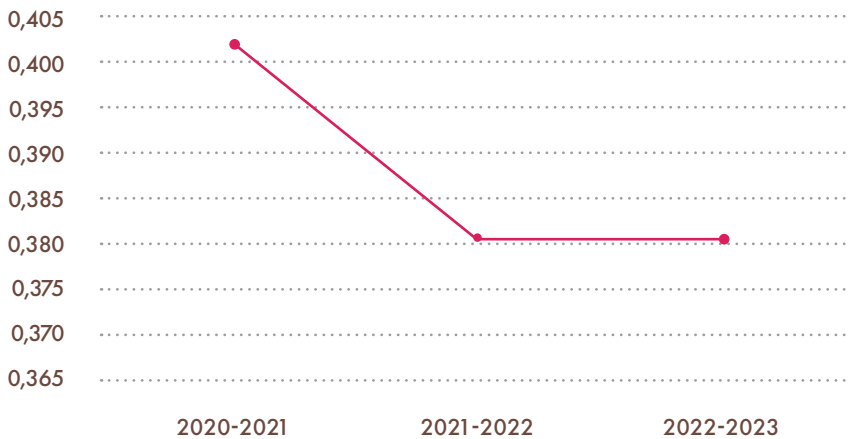
<sup>10</sup> I GRI Sustainability Reporting Standards prevedono due metodologie di calcolo delle emissioni di Scope 2, il "Location-based method" e il "Market-based method". Per il calcolo delle emissioni di Scope 2, in linea con i GRI Sustainability Reporting Standards, sono state utilizzate entrambe le metodologie di calcolo. Il Market-based si basa sulle emissioni di CO<sub>2</sub> emesse dai fornitori di energia da cui l'organizzazione acquista, tramite un contratto, energia elettrica e può essere calcolato considerando: certificati di Garanzia di Origine dell'energia e contratti diretti con i fornitori, fattori di emissione specifici del fornitore, fattori di emissione relativi al "residual mix", ovvero all'energia e alle emissioni non monitorate o non reclamate (fonte: ALB - European Residual Mixes). Per l'India (non presente negli European Residual Mixes) è stato utilizzato il fattore Terna Confronti Internazionali. Il metodo Location-based è basato su fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia per confini geografici ben definiti, tra cui confini locali, subnazionali o nazionali (fonte: Terna Confronti Internazionali). Le emissioni di Scope 2 calcolate con il metodo Location-based e Market-based sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO<sub>2</sub> equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

monitoraggio attento degli indicatori di intensità energetica ed emissiva. Questi indicatori sono metriche cruciali che aiutano Bauli a valutare quanta energia ed emissioni sono associate alla sua produzione. Fondamentalmente forniscono un modo per normalizzare e contestualizzare i dati sull'impatto ambientale, consentendo a Bauli di valutare l'efficienza operativa non solo all'interno dell'organizzazione ma anche in confronto a entità simili nel settore. Calcolando e analizzando questi indicatori di intensità, Bauli

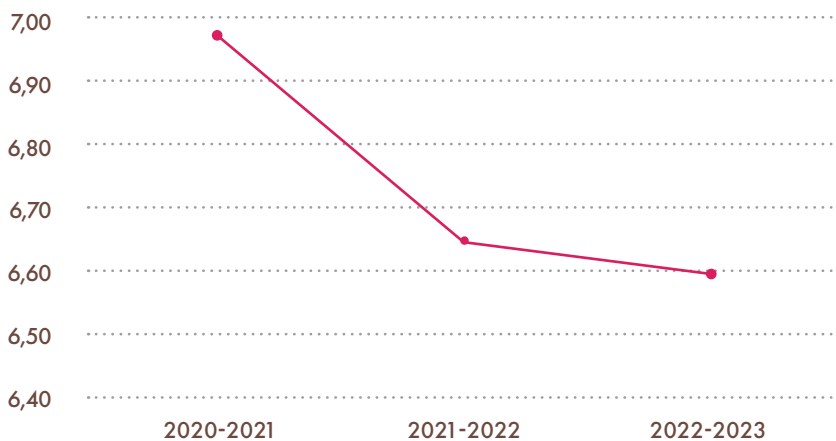
acquisisce preziose informazioni su quanto efficientemente utilizza le risorse nel processo produttivo. Allo stesso modo, esaminare i rapporti di intensità delle emissioni offre un quadro chiaro dell'impatto ambientale della sua produzione. Attraverso le suddette iniziative, Bauli ha ottenuto riduzioni in questi rapporti di intensità. Questo risultato è una dimostrazione tangibile dell'impegno dell'azienda verso pratiche commerciali sostenibili e ambientalmente responsabili, che alla fine danno benefici sia all'azienda che al pianeta.

## Indici di Intensità<sup>11</sup>

Indice di intensità emissiva (tCO<sub>2</sub>/ton)



Indice di intensità energetica (GJ/ton)



<sup>11</sup>Per il calcolo degli Indici di Intensità, il numeratore si riferisce all'energia consumata all'interno dell'organizzazione, mentre il denominatore si riferisce alle tonnellate di volume di produzione generate dall'azienda.

## TRASPORTI E LOGISTICA

La logistica è organizzata attraverso una vasta rete in tutto il paese, progettata per garantire il rispetto del livello di servizio richiesto dai clienti. L'obiettivo fondamentale è raggiungere la massima ottimizzazione delle distanze percorse e della saturazione dei veicoli, utilizzando anche strumenti IT all'avanguardia.


Per Bauli, la disponibilità e la flessibilità dei servizi logistici, unite alla puntualità e alla velocità di consegna al cliente, rappresentano un elemento strategico del suo modello di business, che risponde alla necessità di distribuire grandi quantità di prodotto in breve tempo, specialmente durante le campagne natalizie e pasquali.

Il modello logistico dell'azienda prevede la gestione diretta di parte dei flussi in ingresso, attraverso cui viene garantito l'arrivo di materie prime e materiali d'imballaggio presso lo stabilimento, e dei flussi in uscita necessari per la distribuzione dei prodotti, basato su una rete di hub e punti di transito. Tutti i viaggi per il trasporto sono effettuati da circa 40 operatori logistici.

La distribuzione a valle del processo produttivo sfrutta una vasta disponibilità di magazzini proprietari situati all'interno degli stabilimenti e di magazzini di proprietà di operatori logistici esterni. L'azienda gestisce direttamente il trasporto dei prodotti dai siti di produzione ai magazzini periferici o direttamente al cliente, mentre il trasporto dai magazzini periferici al cliente è effettuato da addetti gestiti dagli stessi operatori logistici.

La gestione diretta dei flussi consente all'azienda di ottimizzare il carico dei veicoli e ridurre i "chilometri vuoti" grazie alla gestione integrata delle consegne e dei ritiri di materiali d'imballaggio e bancali. Durante l'ultimo anno finanziario, sono stati evitati oltre 52.700 di "chilometri vuoti" grazie alla gestione dei flussi in ingresso di oltre 1.000 veicoli. I bancali utilizzati dall'azienda per la consegna dei prodotti e per i marchi privati vengono noleggiati da un'azienda che promuove un alto tasso di recupero e riciclaggio del legno e quantifica la riduzione dell'impatto in termini di emissioni di CO<sub>2</sub>. Per il 2022/2023, grazie a questa attività di condivisione dei bancali, saranno evitate più di 900 tonnellate di anidride carbonica, rispetto alle circa 700 tonnellate del 2021/2022<sup>12</sup>.

Bauli monitora costantemente la logistica in uscita attraverso il software "Green Router", che consente di rilevare l'impatto climatico derivante da tutti i veicoli utilizzati per il trasporto. Il sistema permette infatti di monitorare le distanze percorse durante i viaggi effettuati per tutte le attività aziendali e di ottenere dati sulle emissioni di CO<sub>2</sub> e PM10 prodotte. Secondo i dati raccolti durante l'anno finanziario 2022/2023, circa 73.000 viaggi in uscita vengono effettuati dai veicoli gestiti dall'azienda, per un totale di 32.200.242 km percorsi e 17.085 tonnellate di CO<sub>2</sub> emesse, con una riduzione del 1,85% delle emissioni di CO<sub>2</sub> per chilometro percorso grazie al miglioramento della flotta veicoli e all'uso del trasporto intermodale. In particolare, la flotta veicoli di Bauli è composta per l'82% da veicoli a LNG o Euro 6; nello specifico, il 14,4% sono veicoli a LNG (5% nel 2021/2022).



**DURANTE L'ULTIMO ANNO FINANZIARIO, SONO STATI EVITATI OLTRE 52.700 DI "CHILOMETRI A VUOTO" GRAZIE ALLA GESTIONE DEI FLUSSI IN INGRESSO DI OLTRE 1.000 VEICOLI.**

Misurare gli impatti legati al trasporto consente a Bauli di valutare soluzioni alternative e più sostenibili, come il trasporto intermodale via ferrovia o mare, che sono in costante crescita. Infatti, la percentuale di trasporto intermodale si è raddoppiata rispetto all'anno scorso, raggiungendo una quota di circa il 5% del totale dei prodotti trasportati via ferrovia.

Nel processo di selezione dei suoi fornitori, l'azienda predilige quelli con veicoli Euro 6 o a LNG. Il dialogo e la collaborazione anche con questo tipo di partner commerciali rimangono fondamentali per la gestione degli impatti ambientali non direttamente gestiti dal Gruppo, ma strettamente legati alle sue attività. A testimonianza dell'impegno di Bauli in questo ambito c'è l'iniziativa che l'ha vista collaborare con uno dei suoi operatori logistici sponsorizzando l'acquisto di due TIR ecologici<sup>13</sup>.

<sup>12</sup>Calcoli basati sull'Analisi del Ciclo di Vita (LCA) di un pallet CHEP rispetto al pallet in interscambio. Le analisi del ciclo di vita del pallet sono sottoposte a revisione paritaria indipendente e sono conformi alla normativa ISO 14044. Le fonti di legname CHEP sono certificate sostenibili al 100% dal Forest Stewardship Council (FSC) e dal Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC).

<sup>13</sup>Identificati come TIR a propulsione alternativa (metano compresso, gas naturale liquefatto e trazione elettrica).





## 6.3 GESTIONE DEGLI SCARTI ED ECONOMIA CIRCOLARE

Globalmente la quantità di rifiuti prodotti o gestiti in modo inappropriato rappresenta un persistente problema ambientale. Bauli si impegna a gestire i rifiuti in conformità con le normative vigenti per limitare i suoi impatti negativi.

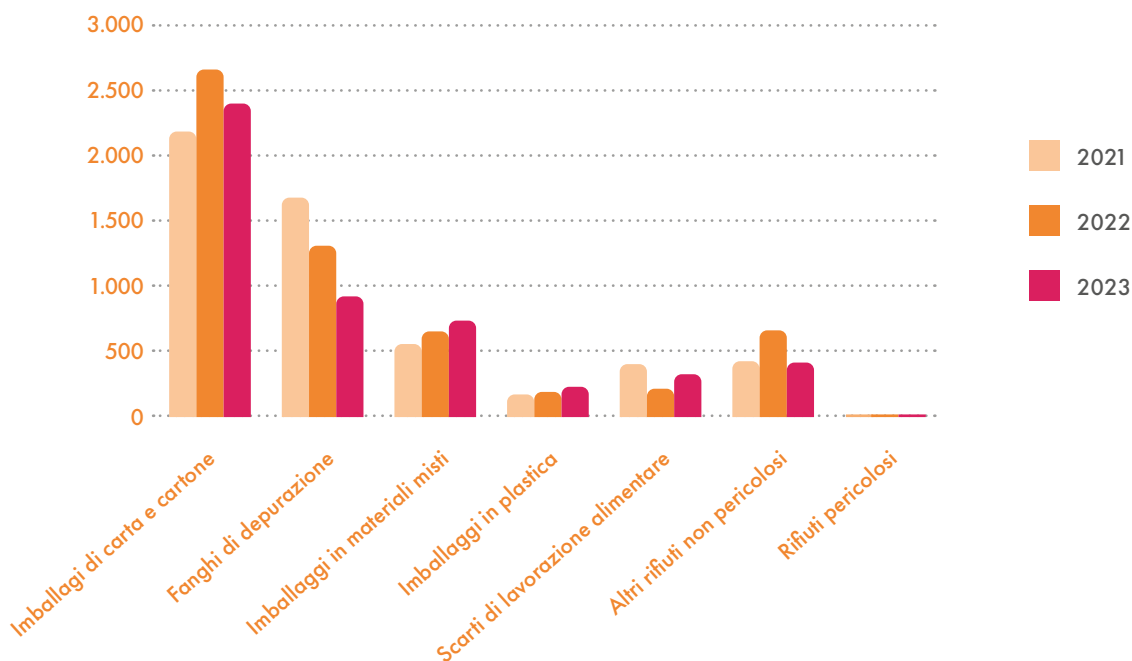
Bauli genera principalmente vari tipi di rifiuti, tra cui scarti alimentari derivanti dai loro processi produttivi, imballaggi di carta, imballaggi di plastica, imballaggi multi-materiali e fanghi prodotti durante le loro procedure di purificazione. La maggior parte

di questi rifiuti è considerata non pericolosa e viene gestita all'interno dei sistemi di riciclo. Nell'anno fiscale 2022/2023, i rifiuti prodotti dal Gruppo ammontano a 4.994 tonnellate, con una diminuzione del 12% rispetto all'anno precedente (5.651 tonnellate). Di questi, solo 9,42 tonnellate sono classificate come pericolose.

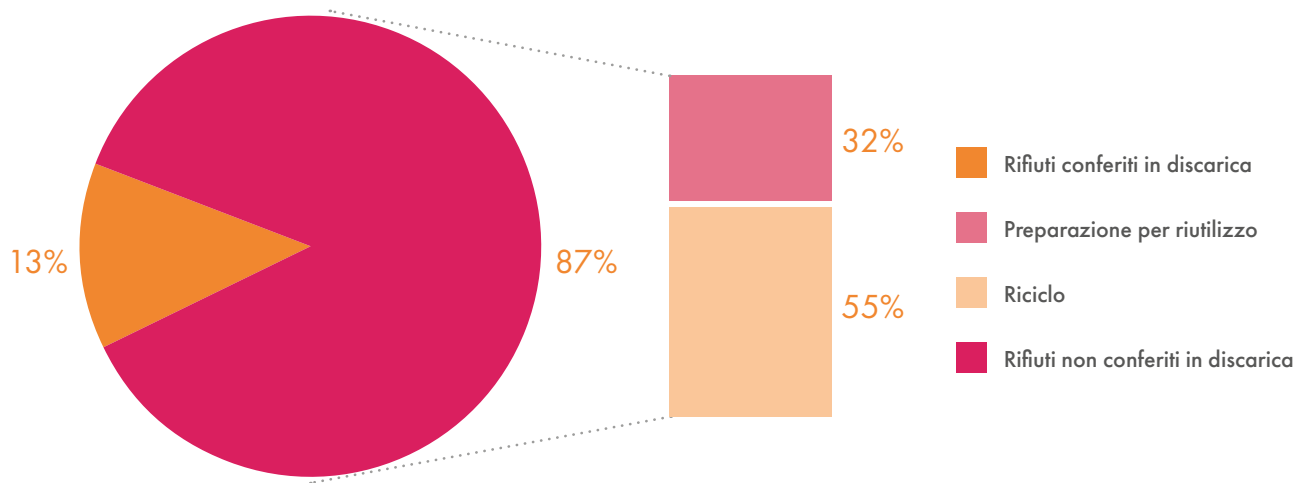
L'obiettivo di Bauli di ridurre il suo impatto ambientale non può essere raggiunto senza un adeguato sistema di gestione dei rifiuti. Come priorità nella gestione

dei rifiuti Bauli privilegia la prevenzione dei rifiuti, seguita dalle operazioni di recupero che evitano l'invio dei rifiuti allo smaltimento. Durante l'anno 2022-2023, per l'87% del totale dei rifiuti è stato evitato lo smaltimento attraverso operazioni di recupero classificate dal Decreto Legislativo 152/06. Una quantità significativa di rifiuti pari a 4.358 tonnellate non è stata inviata alla discarica, di cui 2.745 tonnellate sono state raccolte e stoccate per essere sottoposte a una delle operazioni di recupero indicate dal D.Lgs. 152/06.

### Tipologie di rifiuti generati (ton)



## Rifiuti conferiti o non conferiti a discarica (%)<sup>14</sup>



Va notato che il recupero energetico, sebbene non sia prioritario rispetto al recupero di materiali, è stato indicato come necessario dalla legislazione europea e nazionale per l'attuazione di un sistema sostenibile di gestione dei rifiuti, poiché consente di risparmiare combustibili fossili e ridurre la quantità di rifiuti destinati alla discarica, e quindi è considerato per legge come un'operazione di recupero.

Gli scarti alimentari generati durante il processo produttivo vengono gestiti in modo efficiente, reintegrando nel ciclo produttivo interno o fornendoli ad aziende esterne per utilizzarli nell'industria mangimistica come apprezzabili sottoprodotti animali (ABP). Tipicamente, queste quantità di rifiuti si aggirano intorno al 2-3% dei volumi di produzione. Bauli ha attuato iniziative mirate ad eliminare l'uso di plastica monouso e a ridurre i rifiuti all'interno dei propri stabilimenti. In tutte le sedi, sono stati installati distributori d'acqua nelle aree comuni e nelle sale caffè, accompagnati dalla distribuzione di borracce in alluminio a tutti i dipendenti per ridurre il consumo di bottiglie di

plastica. Inoltre, nello stabilimento di Castel D'Azzano, è stato avviato un progetto per incoraggiare la raccolta differenziata dei rifiuti.

Con l'obiettivo di promuovere concrete iniziative di economia circolare, a partire dal 2022, tutte le scarpe di sicurezza giunte a fine vita vengono ritirate e, in collaborazione con un'azienda terza, utilizzate come materie prime secondarie per la produzione di prodotti in plastica riciclata.

Per migliorare ulteriormente la gestione dei rifiuti, Bauli ha avviato un progetto di valorizzazione dei rifiuti in collaborazione con il Politecnico di Milano e Cyrkl, il più grande mercato digitale B2B per la simbiosi industriale in Europa. In particolare, sono stati analizzati prodotti invenduti, scaduti o danneggiati. Attraverso l'applicazione della gerarchia del recupero alimentare, sono state poi individuate soluzioni specifiche per prevenire la generazione di rifiuti e ridurre al minimo la quantità di rifiuti destinati alla discarica.

## DIGITALIZZAZIONE E DEMATERIALIZZAZIONE DEI PROCESSI AZIENDALI

La gestione degli aspetti informatici e digitali all'interno dell'azienda, effettuata nel pieno rispetto delle normative sulla privacy, è responsabilità dell'area IT del Gruppo, composta da un team che si occupa degli aspetti applicativi e infrastrutturali.

L'azienda ha effettuato significativi investimenti nella transizione digitale dei processi aziendali. I progetti intrapresi hanno consentito, tra gli altri aspetti, un aumento della digitalizzazione sia nella documentazione contrattuale che logistica, con benefici significativi in termini di dematerializzazione e conseguente riduzione degli impatti ambientali. In particolare, è importante notare che i processi di digitalizzazione e archiviazione digitale di fatture, note spese e registri obbligatori sono attivi da diversi anni.

<sup>14</sup>Totale rifiuti non conferiti o conferiti a discarica e classificato in conformità al Decreto Legislativo 152/06.

A livello di approvvigionamento, vengono presi in considerazione anche criteri di sostenibilità nell'acquisto di nuove apparecchiature informatiche, come l'efficienza energetica e l'indice di riciclabilità. Negli ultimi anni, l'azienda ha avviato iniziative per ridurre gli impatti legati alle stampanti, coinvolgendo inizialmente l'uso di badge per attivare la stampa al fine di ridurre gli sprechi.

Sono state stabilite precise politiche interne per ridurre l'uso del toner attraverso l'adozione del bianco e nero come standard di stampa e un limite annuale complessivo delle stampe a colori. Queste attività hanno portato a una significativa riduzione del numero di copie effettuate e dei toner utilizzati, con impatti positivi sia dal punto di vista ambientale che nella riduzione dei costi sostenuti per l'acquisto e lo smaltimento. Negli ultimi sei mesi (dal 1 gennaio al 30 giugno 2023), sono stati risparmiati 34 toner e non sono stati utilizzati circa 995 pacchi di carta, con oltre 610.000 copie evitate.

L'azienda sta adottando misure proattive per minimizzare l'acquisto di nuovi dispositivi informatici. In alternativa, sta concentrando l'impegno sul riutilizzo dei PC giunti a fine vita e sta esplorando l'utilizzo dei componenti in altri dispositivi. Nel contesto

della definizione della sua Strategia Digitale per il periodo 2022/2023, l'azienda ha riconosciuto l'uso dei servizi cloud come soluzione chiave per la dematerializzazione. Questa mossa strategica è mirata a ridurre la dipendenza dai supporti hardware, tenendo conto del significativo impatto ambientale associato a tali dispositivi.



## DIGITALIZZAZIONE DOCUMENTALE

Bauli S.p.A. ha compiuto un passo significativo verso la modernizzazione dei suoi processi delle risorse umane digitalizzando i documenti di assunzione, compresi i contratti di lavoro, e implementando firme grafometriche. Questa iniziativa si concentra principalmente sull'eliminazione della necessità di documenti fisici relativi ai dipendenti stagionali. L'obiettivo principale è non solo liberare prezioso spazio di archiviazione, ma anche avere un impatto significativo sulla conservazione della carta.

Nelle strutture gestite da Bauli S.p.A. dove vengono assunti quasi 650 dipendenti stagionali ogni anno, questa trasformazione digitale ha portato all'eliminazione di 10.721 documenti ogni anno. Ciò si traduce in una riduzione di oltre 680 chilogrammi di emissioni di CO<sub>2</sub>, secondo i dati del Defra del 2022.

Parallelamente, è stata effettuata la digitalizzazione dei Documenti di Trasporto per la logistica in uscita, portando alla riduzione di 116.773 copie stampate nel periodo compreso tra il 1 luglio '22 e il 30 giugno '23, equivalenti a circa 7.500 chilogrammi di CO<sub>2</sub> (fonte: Defra, 2022).

## 6.4 PACKAGING SOSTENIBILE

L'imballaggio contribuisce a proteggere cibi e bevande, garantendo la qualità e la sicurezza del prodotto e prevenendo lo spreco alimentare. Tuttavia, la quantità di imballaggi gestiti in modo inappropriato alla fine della loro vita costituisce una grave minaccia ambientale. Considerando questo contesto, Bauli ritiene fondamentale ridurre i rifiuti di imballaggio, aumentare la riutilizzabilità e la riciclabilità e gestire efficacemente i materiali recuperati.

La ricerca e lo sviluppo sull'imballaggio, con un forte focus sulla sostenibilità, sono guidati dai quattro principi del Packaging Responsabile definiti dal Gruppo:

### 1. Riduzione della quantità di materiali utilizzati

Recentemente è stato completato un importante progetto che ha permesso al Gruppo di ridurre le dimensioni degli imballaggi in cartone e plastica per i Croissant Bauli. Questa innovazione ha consentito una riduzione di oltre 50 tonnellate di plastica e 200 tonnellate di carta nell'anno, oltre alla possibilità

di evitare il movimento di 1.400 veicoli per il trasporto grazie alla riduzione delle dimensioni degli imballaggi.

### 2. Uso di materiali riciclabili

Per molti prodotti del Gruppo, in particolare quelli appartenenti alla categoria dei prodotti ricorrenti, l'imballaggio è stato riprogettato per utilizzare materiali monomaterici, come carta o plastica. Questo approccio, in linea con le strategie dell'economia circolare, consente la totale riciclabilità dell'imballaggio alla fine della sua vita evitando lo smaltimento indifferenziato.

### 3. Uso di materiali provenienti da fonti gestite in modo sostenibile

Un aspetto importante è l'uso di materiali riciclati. Bauli si impegna a cercare costantemente nuovi modi per ridurre l'uso di risorse vergini e per promuovere il riciclo dei materiali. Nel 2022/2023, l'azienda ha utilizzato carta e cartone riciclati per quasi tutte le sue necessità. L'uso di carta vergine è limitato solo ai componenti in carta che sono a contatto diretto con il prodotto e ai requisiti di resistenza strutturale di alcuni imballaggi secondari.

### 4. Validazione delle soluzioni attraverso l'analisi del ciclo di vita (LCA)

Nel 2022-2023 il Gruppo ha condotto i suoi primi studi di Analisi del Ciclo di Vita su Pandoro Bauli e Buondi Motta, risultando in 11 Dichiarazioni Ambientali di Prodotto (EPD) verificate

da un organismo indipendente e pubblicate tramite EPD International, come dettagliato in precedenza.

### SUSTAIN4FOOD: COLLABORAZIONE PER INNOVAZIONE SOSTENIBILE

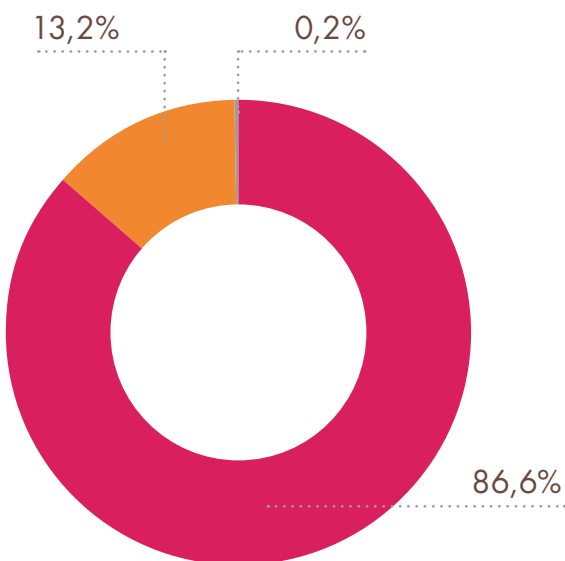
Col tempo il Gruppo ha preso parte a iniziative di ricerca nazionali ed europee, partecipando come partner in progetti specifici. Tra questi, Sustain4Food, concluso nel 2023, aveva l'obiettivo di migliorare la sostenibilità e il livello di innovazione del settore agroalimentare del Veneto, un'area di produzione di eccellenza, facendo uso di diverse strategie e interventi finanziari progettati per incentivare la ricerca industriale e lo sviluppo sperimentale. Il progetto, finanziato nell'ambito del POR-FESR della Regione Veneto, mirava a sviluppare nuovi prodotti alimentari e processi capaci di



ridurre i problemi subiti dai settori coinvolti a causa dell'emergenza COVID-19, rafforzando la sostenibilità e la competitività delle filiere coinvolte, migliorando la salute e il benessere dei consumatori e incoraggiando un aumento della qualità della vita nell'era post-pandemica. Nel contesto del progetto, il team R&D di Bauli ha lavorato all'identificazione di materiali di imballaggio alternativi per l'imballaggio primario che hanno un impatto ambientale ridotto, ma che allo stesso tempo soddisfano i requisiti di conservazione del prodotto, sicurezza alimentare e lavorabilità. Durante lo studio, sono stati valutati anche i comportamenti e le percezioni dei consumatori utilizzando specifici sistemi scientifici come le neuroscienze.

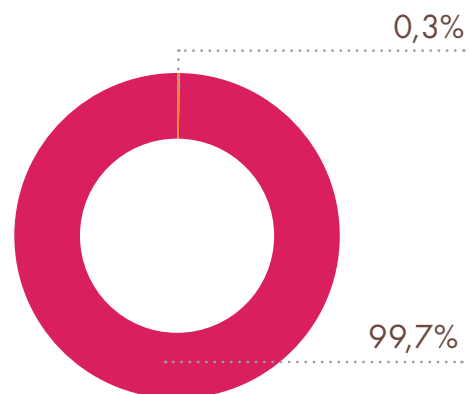
## Materiali utilizzati per imballaggi e riciclabilità

MATERIALI USATI PER IL PACKAGING



■ Carta ■ Plastica ■ Metallo

RICICLABILITÀ%



■ Riciclabile ■ Non riciclabile

## 6.5 PROTEZIONE DELLE RISORSE NATURALI

### LA PROTEZIONE DELLA BIODIVERSITÀ

La biodiversità è di fondamentale importanza per il benessere del pianeta e dell'umanità. Contribuisce alla stabilità degli ecosistemi, fornisce risorse alimentari, offre servizi essenziali come la purificazione dell'acqua e la regolazione del clima e aumenta la resilienza del sistema terrestre. Preservare la biodiversità attraverso la conservazione degli ecosistemi e pratiche sostenibili è essenziale per garantire la sostenibilità ambientale e il nostro benessere a lungo termine.

Bauli genera impatti indiretti sugli ecosistemi principalmente attraverso l'approvvigionamento delle sue materie prime. La deforestazione per l'espansione delle coltivazioni, l'eccessivo uso di pesticidi e fertilizzanti chimici, l'inquinamento dell'acqua e la distruzione degli habitat naturali per l'agricoltura intensiva sono tutti aspetti tipici delle catene di approvvigionamento alimentare e possono portare alla perdita di biodiversità.

Tra i materiali utilizzati dal Gruppo, i più critici in termini di approvvigionamento sono: l'olio di palma, spesso associato alla deforestazione nelle aree tropicali; lo zucchero, che può comportare l'uso intensivo dei terreni agricoli, l'utilizzo di pesticidi e fertilizzanti chimici; e latte, burro e uova, materiali legati a tematiche di benessere degli animali.

Per ridurre i suoi impatti Bauli preferisce, quando possibile, fornitori europei o italiani non solo a causa del minore impatto ambientale associato all'approvvigionamento locale, ma anche per le maggiori garanzie etiche e ambientali offerte dal mercato europeo.


Il Gruppo riconosce che l'impatto sull'ambiente generato dalle sue attività include aspetti che al momento non sono oggetto di reportistica, ma è fortemente impegnato nel approfondire questi settori per ridurre il suo impatto ambientale con l'obiettivo di miglioramento continuo e comunicazione trasparente.

### GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ACQUA

Bauli utilizza la risorsa idrica per diverse finalità, tra cui la produzione, il lavaggio delle macchine, usi civili e per l'irrigazione. Una certa quantità di acqua viene impiegata anche per generare vapore al fine di mantenere il livello di umidità richiesto nell'ambiente alimentare (il cosiddetto "vapore culinario"). L'acqua è anche un ingrediente in molte preparazioni: in questo caso non viene scaricata, ma incorporata nel prodotto o sottoposta ad evaporazione durante il processo produttivo.

Il sito produttivo di Castel D'Azzano preleva tutta l'acqua dai pozzi, mentre gli altri impianti del Gruppo sono sia approvvigionati da pozzi che collegati all'acquedotto locale. Nei principali siti produttivi la disponibilità di acqua dai pozzi è costantemente monitorata misurando il livello della falda acquifera, anche per raccogliere serie temporali utili per rilevare eventuali anomalie.

Il monitoraggio della qualità dell'acqua viene effettuato secondo quanto richiesto dalle autorizzazioni ambientali (AIA e AUA) e in conformità alla normativa UNI EN ISO 14001. Bauli effettua anche ulteriori controlli giornalieri per ottimizzare la gestione e la qualità del consumo d'acqua.



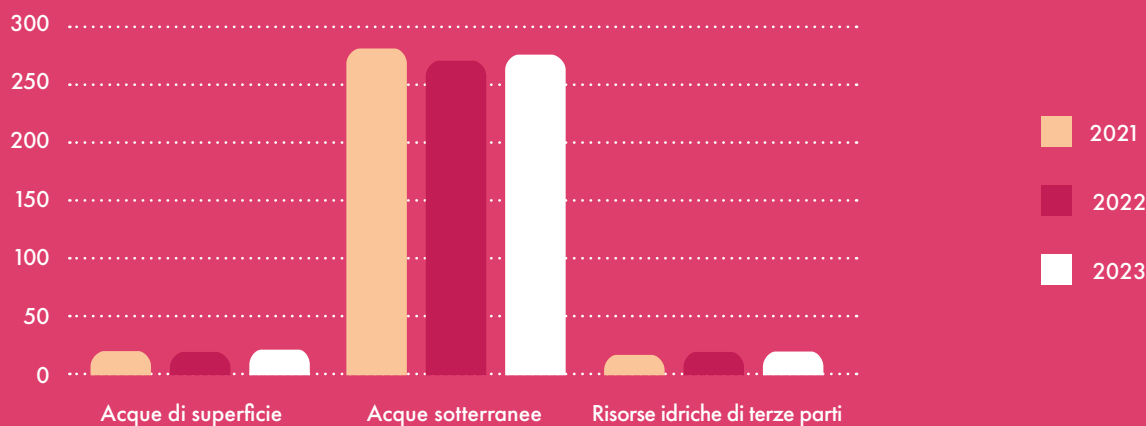
**NEI PRINCIPALI SITI PRODUTTIVI LA DISPONIBILITÀ DI ACQUA DAI POZZI È COSTANTEMENTE MONITORATA MISURANDO IL LIVELLO DELLA FALDA ACQUIFERA, ANCHE PER RACCOLGERE SERIE TEMPORALI UTILI PER RILEVARE EVENTUALI ANOMALIE.**

Bauli si impegna a promuovere un uso responsabile dell'acqua, infatti diverse fabbriche sono dotate di un sistema di recupero dell'acqua che, tramite l'uso di una torre adiabatica, sfrutta il principio del salto termico per recuperare e riutilizzare l'acqua nel processo produttivo. Durante il 2022/2023 è stato completato anche un progetto che riutilizza l'acqua calda prodotta dal cogeneratore come trasportatore di calore, e il serbatoio antincendio presso l'impianto di Castel D'Azzano è stato ripristinato a seguito dell'identificazione di una perdita.

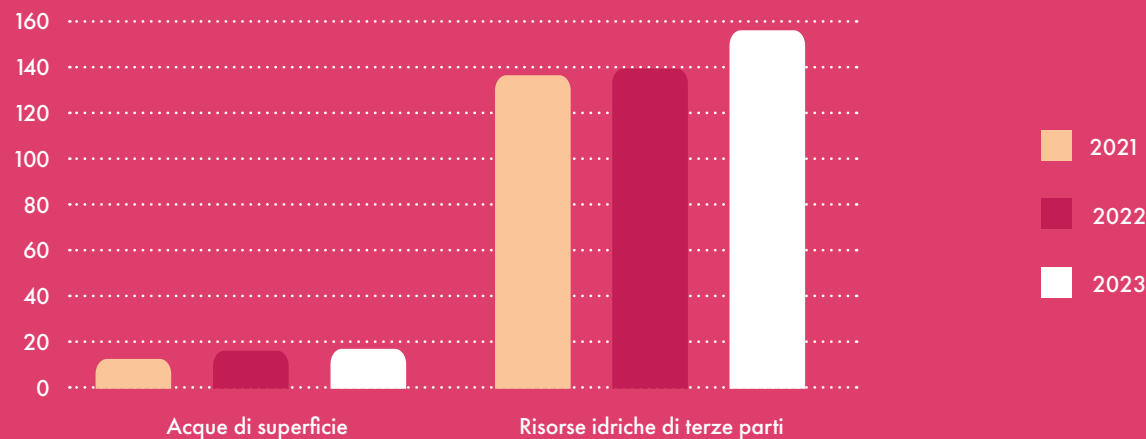
Nel periodo dal 1 luglio 2022 al 30 giugno 2023 i prelievi d'acqua del Gruppo hanno ammontato a 302 megalitri, in aumento del 1% rispetto all'anno precedente (300 megalitri nel 2020/2021). Di questi, circa l'8% proviene da aree a stress idrico, individuate soprattutto nel territorio indiano. L'azienda monitora attentamente questa situazione e ha registrato una tendenza che mostra come di anno in anno il riempimento dei pozzi sia in ritardo, solitamente tra agosto e settembre. Come parte del piano di recupero, l'azienda per l'impianto di San Martino Buon Albergo ha l'opzione di collegarsi all'acquedotto per garantire un adeguato approvvigionamento d'acqua.

Lo scarico di acqua in superficie e nelle acque sotterranee è costantemente monitorato per rispettare i limiti legali stabiliti da AIA e AUA. Gli scarichi vengono infatti trattati in apposite centrali depurative presenti in tutte le fabbriche prima di essere immessi nelle acque superficiali o nel sistema fognario pubblico. Inoltre, in linea con l'impegno di Bauli per la tempestiva misurazione dei suoi consumi, la gestione della centrale depurativa di Castel D'Azzano è stata digitalizzata, consentendo un monitoraggio continuo anche a distanza e in sicurezza.

### Prelievo idrico per fonti di prelievo (Megalitri)



### Scarico idrico per tipologia (Megalitri)



# 7

---

## LE PERSONE

88

7.1 I NOSTRI DIPENDENTI	91
7.2 IL PERCORSO VERSO ZERO INFORTUNI (ROAD TO ZERO ACCIDENTS)	94
7.3 VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE	98
7.4 CURA & COINVOLGIMENTO	100
7.5 SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI	103







NEL 2022-23, IL GRUPPO HA PERFEZIONATO LA SUA EMPLOYER VALUE PROPOSITION AL FINE DI AMPLIARE L'ATTRATTIVITÀ DI BAULI VERSO I GIOVANI TALENTI E LE PERSONE ALTAMENTE QUALIFICATE. BAULI INTEGRA IL SUO SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO CON SISTEMI DI GESTIONE DELLA QUALITÀ CERTIFICATI ISO 45001 E DI GESTIONE AMBIENTALE. PER PRIVILEGIARE IL BENESSERE DEI DIPENDENTI E LA QUALITÀ DELLA VITA, BAULI HA IMPLEMENTATO VARIE INIZIATIVE IN LINEA CON LE ATTUALI PRACTICES DI WELFARE AZIENDALE E WELLBEING (BENESSERE). IL GRUPPO HA ANCHE CONTINUATO A POTENZIARE IL SUO SISTEMA DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE DEI DIPENDENTI ATTRAVERSO ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI, MIRANDO AD UN QUADRO DI RIFERIMENTO PER LO SVILUPPO PROFESSIONALE EVOLUTO.



**1.263**

NUMERO TOTALE  
DIPENDENTI



**47%**

DEI DIPENDENTI  
SONO DONNE



**814.649€**

REMUNERAZIONE DELLA  
COMUNITÀ LOCALE

I dipendenti rappresentano il cuore pulsante del Gruppo e uno dei principali elementi del suo successo. Bauli considera i principi di equità e inclusività come aspetti fondamentali della sua etica lavorativa, consapevole del forte impatto positivo che questi hanno sul benessere e sulla motivazione dei suoi dipendenti. Per questo motivo Bauli si impegna a fornire un ambiente di lavoro inclusivo in cui le identità delle persone non solo sono rispettate ma anche valorizzate, per evitare che qualsiasi forma di disuguaglianza e discriminazione possa avere un impatto negativo sui dipendenti.

La gestione degli ambiti delle risorse umane del Gruppo è affidata alla Direzione Risorse Umane e Organizzazione (HR & Organization), che è anche responsabile di coordinare la parte di Salute e Sicurezza, e Sorveglianza degli Impianti. L'area è

supportata dalla funzione HR Controlling per il monitoraggio dei KPI relativi alle persone del Gruppo e dalla funzione di Comunicazione Interna per le iniziative volte a creare la cultura aziendale, anche in termini di sostenibilità; l'area HR Compensation & Benefit si occupa, tra le altre cose, della parte di Welfare e Benessere (Wellbeing); la funzione HR Talent Management si occupa di attività di assunzione, formazione e sviluppo, nonché della gestione Talent & Performance.

A partire dal 2009 il Gruppo ha iniziato ad implementare un sistema di gestione certificato sulla base dello standard internazionale SA8000 per i quattro siti produttivi della capogruppo Bauli S.p.A. e, considerando lo sviluppo pianificato del progetto ONE BAULI, sono in programma estensioni di questa certificazione a tutti i siti produttivi italiani. Questo sistema di

gestione è uno strumento essenziale per gestire correttamente e monitorare costantemente tutte le attività e i processi correlati che incidono sulle condizioni dei dipendenti, e i suoi requisiti si estendono anche a fornitori e subappaltatori. La Certificazione Etica SA8000 si riferisce a nove requisiti sociali: lavoro minorile, lavoro forzato, salute e sicurezza, libertà di associazione, diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, pratiche disciplinari, orario di lavoro, salari e sistema di gestione. Durante il 2022-2023, sono stati condotti audit integrati su tutti i siti inclusi nel campo di applicazione del sistema di gestione per ottenere il rinnovo della certificazione. È intenzione di Bauli procedere con l'estensione del campo di applicazione della certificazione a tutti gli impianti del Gruppo.

## 7.1 I NOSTRI DIPENDENTI

I dipendenti del Gruppo Bauli al 30 giugno 2023 sono stati 1.263, in leggera diminuzione rispetto all'anno precedente (-3,4%), con una media di 1.575 dipendenti nel corso dell'anno (-1,8% rispetto al 2022).

La forza lavoro di Bauli è prevalentemente situata in Italia, comprendendo l'85% dei dipendenti, con un totale di 1.072 al 30 giugno 2023. L'India svolge un ruolo sostanziale all'interno del Gruppo Bauli, rappresentando il 12% della loro forza lavoro con 153 dipendenti. La Slovacchia accoglie il 2% dei loro dipendenti, per un totale di 28 persone, mentre il resto della forza lavoro di Bauli è distribuito in Francia (8 dipendenti), negli Stati Uniti (1) e in Singapore (1). Quasi tutti i dipendenti (96%) sono assunti a tempo indeterminato e lavorano a tempo pieno (93%). La restante percentuale include rapporti di lavoro a tempo determinato (in diminuzione del 38% rispetto all'anno

precedente) e contratti stagionali attivati nei picchi di produzione in prossimità delle ricorrenze.

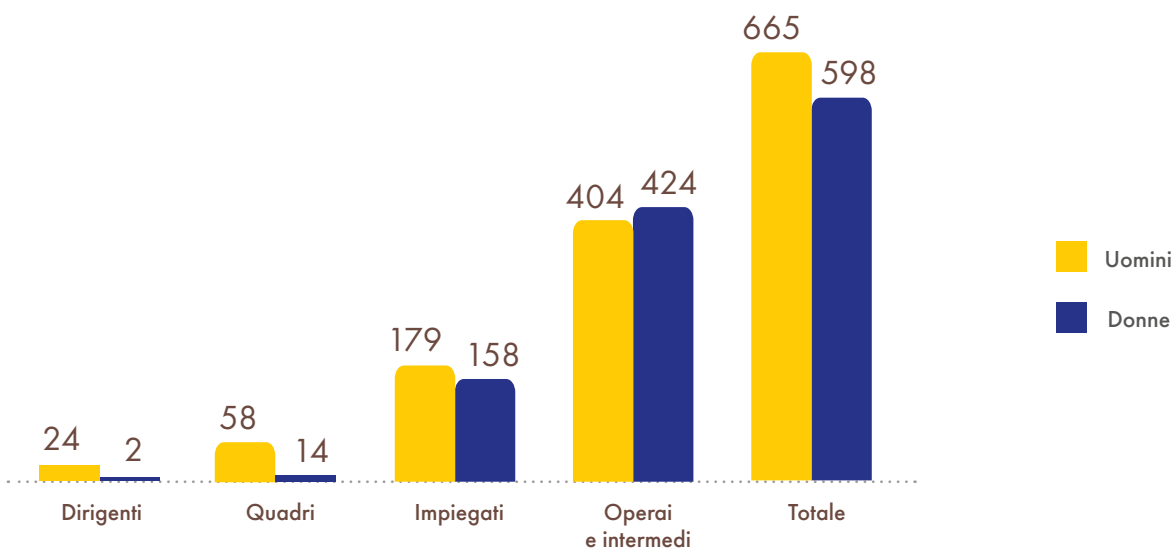
Per quanto riguarda la composizione complessiva della forza lavoro, è interessante notare che le donne rappresentano il 47% della forza lavoro, una cifra invariata rispetto all'anno precedente. Questo riflette un impegno continuo nel mantenere un equilibrio di genere all'interno dell'organizzazione.

Esaminando la distribuzione della forza lavoro per categoria professionale, circa il 66% dei dipendenti rientra nella categoria "Lavoratori e intermediari", per un totale di 828 persone. Questo rappresenta una leggera diminuzione del 4,8% rispetto all'anno precedente. I lavoratori impiegati nell'area impiegatizia costituiscono il 27% della forza lavoro, per un totale di 337 persone, mentre il restante 8% è composto da dirigenti e quadri intermedi.

Per quanto riguarda la suddivisione del personale per fascia d'età, il 53% dei dipendenti rientra nella fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni (670 persone); il 38% del personale ha più di 50 anni (486 persone) mentre l'8% appartiene alla fascia d'età inferiore ai 30 anni (107 dipendenti). Le persone appartenenti a categorie protette sono 44, di cui 3 impiegati e 41 operai e impiegati intermedi, in linea con l'anno precedente.

Il Gruppo fa ampio uso di collaboratori esterni, con un totale di 600 al 30 giugno 2023, in aumento del 30% rispetto all'anno precedente. Questo gruppo include 371 Agenti che lavorano con diverse categorie di prodotti, tra cui "Prodotti per le Ricorrenze", "Prodotti per il consumo quotidiano" e altri agenti indipendenti. Inoltre, Bauli conta anche 223 lavoratori temporanei, mostrando una crescita significativa dell'81% rispetto all'anno precedente, oltre a 5 stagisti e apprendisti.

### Numero totale di dipendenti suddivisi per categoria professionale e per genere 30 giugno 2023 (Headcount)



## ASSUNZIONI E ONBOARDING

La ricerca e l'integrazione delle nuovi assunti fanno parte di una proposta di valore più ampia per i dipendenti, che associa la visione e i valori del Gruppo a tutte le attività legate alle persone di Bauli, al fine di mostrare che tipo di datore di lavoro è Bauli e aumentare l'attrattività dell'azienda nei confronti di tutti gli stakeholder possibili. L'azienda ha sviluppato un sistema di assunzioni efficace basato su un processo di selezione strutturato, mentre sono in atto processi di valutazione interna e job rotation per il personale interno.

Per quanto riguarda i dipendenti "blue collar", le assunzioni sono coordinate insieme ad Operations in base agli andamenti delle produzioni. Il processo di reclutamento è stabilito da una procedura specifica redatta nel corso del 2021.

Il processo di reclutamento si basa principalmente su canali online, attraverso un Sistema di Tracciamento delle Candidature (Applicant Tracking System - ATS), che consente una gestione efficace del processo di reclutamento e l'indirizzamento di tutte le ricerche, gestendo le attività nel rispetto del GDPR. Attraverso l'ATS in uso, le posizioni aperte possono essere pubblicate su diverse piattaforme, come il sito web del Gruppo, LinkedIn (a partire dal 2023 implementato efficacemente anche come canale di reclutamento anche dall'ufficio indiano) e Indeed. La collaborazione con le Agenzie per l'Impiego è in fase di espansione. La collaborazione tra Comunicazione Interna e Comunicazione Esterna svolge un ruolo chiave sia per rafforzare la presenza su LinkedIn e altri canali digitali (come Indeed e Glassdoor) sia per avere un piano editoriale chiaro ed efficace, in grado di rafforzare l'attrattività ed enfatizzare il concetto di #bauliness, ovvero l'unicità di far parte del Gruppo.

Nel corso del 2022-23 è stata definita anche una Employer Value Proposition per i Dipendenti (EVP) più specifica e solida, volta a potenziare l'attrattività di

Bauli nei confronti dei giovani talenti e delle persone altamente qualificate. La nuova EVP mira a trasmettere il senso dell'ambiente caloroso e coinvolgente di Bauli, mettendo in evidenza da un lato l'unicità della storia del Gruppo e dall'altro la continua volontà di crescere e di essere un ambiente di lavoro moderno e positivo. Questa è la formulazione completa dell'EVP:

"Da oltre un secolo, l'ingrediente principale di Bauli è stata la passione. Una passione nata con Ruggero Bauli nel 1922 e tramandata di generazione in generazione, che le persone nel Gruppo Bauli continuano a nutrire oggi con impegno e lealtà. Un Gruppo internazionale di aziende, marchi e prodotti che lavora ogni giorno con visione e determinazione per preservare il futuro e il benessere del nostro pianeta e delle comunità in cui opera. Un Gruppo di persone che si distinguono per la loro unicità e creano prodotti deliziosi per i consumatori di tutto il mondo collaborando con fiducia reciproca, mettendo in comune le proprie competenze per raggiungere l'obiettivo condiviso di crescere insieme come azienda e come professionisti.



## 2022-23

**È STATA DEFINITA ANCHE UNA EMPLOYER VALUE PROPOSITION PER I DIPENDENTI (EVP) PIÙ SPECIFICA E SOLIDA, VOLTA A POTENZIARE L'ATTRATTIVITÀ DI BAULI NEI CONFRONTI DEI GIOVANI TALENTI E DELLE PERSONE ALTAMENTE QUALIFICATE.**

Una chimica che si rinnova ogni giorno, perché tutti lavoriamo meglio insieme

Questa è la ricetta per il successo di Bauli

Questa è #Bauliness

Crescere insieme ha un sapore migliore

Sempre in termini di Employer branding, l'azienda sta lavorando intensamente per diversificare i canali attivi di reclutamento. Le relazioni con le università vengono rafforzate, sia attraverso la partecipazione ai Career Days (ad esempio, presso l'Università Bocconi, l'Università di Padova, Verona) sia attraverso altre attività in partnership. Ci sono anche importanti collaborazioni con le scuole superiori e altri istituti di formazione professionale (ad esempio, gli ITS) a livello locale, che includono anche progetti di alternanza scuola-

lavoro mirati a formare e sviluppare giovani professionisti e rafforzare alcuni dipartimenti interni.

In relazione a Age Management, l'azienda sta mappando le figure chiave e i processi di valutazione al fine di sviluppare progetti di affiancamento a lungo termine. Nel corso del 2022-2023, questa attività si è intensificata, le figure chiave all'interno di ciascuna funzione sono state mappate in modo ancora più dettagliato per affiancarle a figure junior che possono apprendere le conoscenze ritenute essenziali per la continuità aziendale.

Il Gruppo ha intensificato la sua attenzione sia nel reclutamento di nuovi dipendenti che sui tassi di turnover, riconoscendo il ruolo cruciale che queste metriche giocano nello sviluppo organizzativo. Nell'anno fiscale 2022-2023, il Gruppo ha accolto 855 nuovi dipendenti nella sua organizzazione, mentre 881 dipendenti hanno lasciato l'azienda, determinando un tasso di assunzione e un tasso di turnover rispettivamente del 68% e del 70%. È fondamentale sottolineare che Bauli SpA vive una significativa stagionalità del business, con l'impiego di 653 lavoratori stagionali nel 2023, principalmente durante i periodi di Pasqua e Natale. Durante queste stagioni di picco della domanda, il Gruppo si affida a manodopera aggiuntiva, che di solito viene assunta a tempo determinato e quindi non risulta essere impiegata al 30 giugno. Questa particolarità può distorcere i tassi di turnover calcolati e fuorviare l'interpretazione dei dati.

Per fornire una rappresentazione accurata della capacità dell'azienda di trattenere e attirare i dipendenti, il tasso di turnover è stato ricalcolato escludendo i lavoratori stagionali di Bauli SpA, mostrando un tasso di assunzione del 16% e un tasso di turnover del 19%. Per calcolare questi tassi è stato utilizzato il numero totale di dipendenti alla fine del periodo di riferimento come denominatore. Tra i nuovi assunti, il 21% aveva meno di 30 anni, mentre il 55% rientrava nella fascia d'età dai 31 ai 50 anni. Inoltre, il 24% dei nuovi assunti aveva più di 50 anni e, in modo significativo, le donne costituiscono il 58% del totale delle nuove assunzioni.

## NUOVI ASSUNTI E "PHYGITAL" ONBOARDING

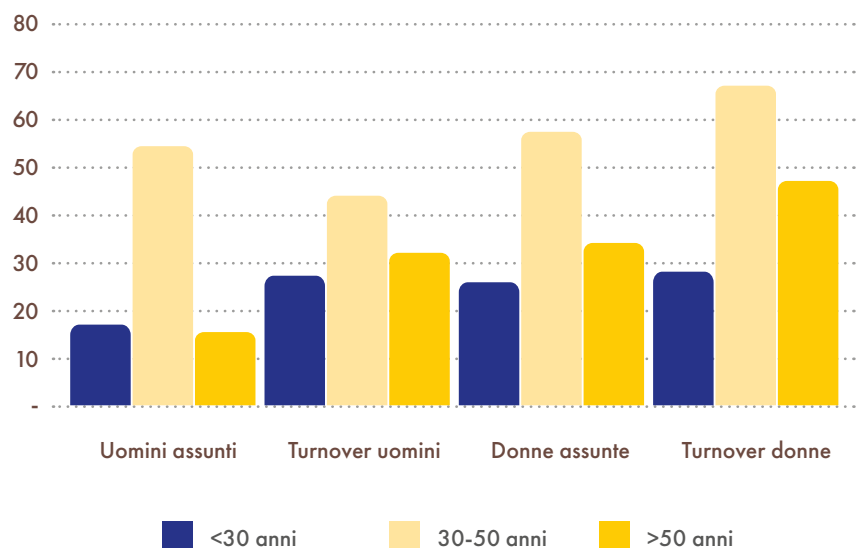


Bauli si impegna attivamente nel coinvolgere il nuovo dipendente per favorire l'engagement interno e la retention fin dall'ingresso. Questa attività consente di ridurre il tempo di "ingresso" nel nuovo ruolo, acquisendo al contempo consapevolezza della missione, della visione e dei valori dell'azienda. In questo senso, è garantito un processo strutturato al nuovo assunto, in particolare per quanto riguarda gli aspetti amministrativi e manageriali, con la dotazione di un kit di benvenuto dedicato e partecipazione ad un processo di affiancamento per familiarizzare con la realtà di Bauli.

Dal 2022-2023 nasce l'iniziativa "Phygital Onboarding" che prevede l'abbinamento del kit di benvenuto a una piattaforma digitale dedicata ai nuovi assunti, nella quale possono scoprire la realtà di Bauli attraverso video dedicati di figure chiave dell'azienda, come ad esempio il proprio referente HR o il CEO.

La piattaforma funge da mezzo per condividere informazioni sui principi fondamentali e i valori principali del Gruppo, così come momenti emotivi speciali come il video del Centenario. Fornisce anche accesso a tutti i materiali necessari per un ingresso agevole nell'azienda, come organigrammi e documentazione specifica. Inoltre, il processo di "Phygital Onboarding" include una caratteristica unica: l'assegnazione di un voucher, che offre ai dipendenti l'opportunità di partecipare a una festa di benvenuto, dove possono incontrare e interagire con i rispettivi direttori, favorendo un senso di connessione e appartenenza.

## Nuovi assunti e turnover senza dipendenti stagionali al 30 giugno 2023 (Headcount)



## 7.2 IL PERCORSO VERSO ZERO INFORTUNI



### SAFETY FIRST

La questione della Salute e Sicurezza sul Lavoro è sempre stata una delle priorità strategiche per Bauli. Già nel 2013, diverse iniziative legate alla salute e alla sicurezza sul lavoro sono state pubblicate sul sito web del Ministero del Lavoro, nella sezione “Raccolta di Buone Pratiche” e sono state validate da una speciale commissione consultiva.

Con la nuova strategia One Bauli, a partire dal 2023, la gestione della Salute e Sicurezza è diventata ancora più rilevante. Il Gruppo ha definito la “Road to Zero Accident”, che si propone di essere un processo di integrazione del tema della sicurezza in tutte le sedi del Gruppo, considerando la comunicazione, la consapevolezza e la formazione come fattori chiave.

Il progetto Safety-First mira a definire un approccio strategico comune per creare un contesto culturale in cui l'attenzione alla sicurezza diventa un aspetto perfettamente integrato in ogni sito aziendale in tutto il mondo.

Nell'ambito degli eventi Bauli Together, un appuntamento mensile a cui possono partecipare tutti i dipendenti del Gruppo, il tema della Salute e Sicurezza è fondamentale. Viene infatti effettuata una presentazione dedicata di dati, esperienze e migliori pratiche per creare una cultura comune della sicurezza, non solo sul luogo di lavoro ma anche nella vita quotidiana.

A tal proposito, nel mese di luglio 2023, è stato definito il manifesto delle Golden Rules, un insieme di regole fondamentali dedicate alla salute e sicurezza di tutte le persone che lavorano e collaborano con il Gruppo Bauli.

Il manifesto è uno strumento interno per gestire meglio la questione della Salute e Sicurezza. Attraverso la definizione di 10 regole fondamentali da parte del Gruppo, sarà possibile implementare la comunicazione interna rendendo tutte le persone consapevoli di tematiche come l'uso dei dispositivi di protezione individuale (DPI), la prevenzione degli incendi e in generale sul comportamento più appropriato da mantenere per garantire elevati livelli di sicurezza sul lavoro. Il Gruppo prevede di sviluppare una campagna di comunicazione specificamente dedicata a partire da ottobre 2023.



Il Gruppo adotta un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro integrato con i sistemi di gestione della qualità e dell'ambiente, mirato a ridurre il rischio di infortuni gravi, aumentare la prevenzione e il controllo nei luoghi di lavoro riducendo il numero di infortuni, aumentare la soddisfazione dei dipendenti e migliorare il clima aziendale. L'azienda certifica la gestione delle sue attività secondo lo standard OHSAS 18001. Nel marzo 2020 è stata effettuata la migrazione dallo standard OHSAS 18001 allo standard ISO 45001.


Nelle fabbriche di Bauli S.p.A., è stato istituito da tempo un Comitato per la Salute, Sicurezza e Ambiente (Health, Safety & Environment Committee - HSE), cui partecipano HSE, HR, Operations, Produzione, Logistica, Responsabili di Impianto, RSPP e responsabili di ciascun sito produttivo. Il comitato si riunisce mensilmente per discutere i progressi dei progetti specifici dal punto di vista della Salute e Sicurezza e approfondire le questioni critiche in corso. Dal punto di vista di One Bauli, l'obiettivo del Gruppo è estendere questa iniziativa a tutti i livelli

Per i siti italiani, il Gruppo svolge periodicamente attività di valutazione dei rischi per la salute e la sicurezza come parte del documento di valutazione dei rischi (DVR), preparato e aggiornato in conformità alle disposizioni del Decreto Legislativo 81/08. Bauli monitora costantemente la situazione sanitaria dell'azienda grazie alla supervisione del servizio di medicina del lavoro. Tutti i dipendenti sono sottoposti a visita medica da parte del Medico Competente.

I Dispositivi di Protezione Individuali (DPI) vengono forniti al personale in conformità al documento di valutazione dei rischi (DVR), nel quale è presente una sezione speciale che elenca i DPI necessari per svolgere una attività. In alcuni siti, oltre alla distribuzione manuale effettuata da delegati speciali, è possibile distribuire determinati tipi di DPI (ad esempio, tappi per le orecchie) tramite appositi contenitori dedicati o utilizzando distributori specifici (guanti, maschere, cuffie per le orecchie) che consentono una tracciabilità automatica della consegna.

Se si verifica un infortunio o un incidente, la persona responsabile dell'attività o dell'area corrispondente si occuperà di compilare il "Rapporto su Lesione non verificata-Medicazione-Lesione". L'incidente viene quindi notificato ai dipartimenti pertinenti, tra cui il datore di lavoro, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), la Funzione HSE e le funzioni HR. Dopo la segnalazione interna, l'incidente viene comunicato anche all'INAIL, l'Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro che tutela i lavoratori contro lesioni fisiche e malattie professionali.

RSPP, una volta ricevuta la segnalazione, apporta eventuali modifiche necessarie e se verificatosi poi conferma l'infortunio. I dati raccolti vengono utilizzati da RSPP per condurre le indagini appropriate al fine di verificare le cause dell'evento, la conformità del personale alle normative sulla sicurezza e l'uso dei dispositivi di protezione individuale (DPI), nonché il loro corretto utilizzo. Inoltre, questi dati vengono analizzati per generare report statistici al fine di monitorare il fenomeno degli infortuni.



**BAULI MONITORA COSTANTEMENTE LA SITUAZIONE SANITARIA DELL'AZIENDA GRAZIE ALLA SUPERVISIONE DEL SERVIZIO DI MEDICINA DEL LAVORO. TUTTI I DIPENDENTI SONO SOTTOPOSTI A VISITA MEDICA DA PARTE DEL MEDICO COMPETENTE.**




Il responsabile del Sistema di Gestione della Sicurezza HSE, in collaborazione con l'RSPP, organizza e sovrintende alla redazione dei documenti di sicurezza in collaborazione con i diretti interessati, verifica che siano seguite le regole necessarie per la loro corretta identificazione, diffusione e controllo e per il rispetto delle norme di riferimento. Tutte le Funzioni partecipano alla redazione e/o alle successive modifiche dei documenti di sicurezza sotto la propria responsabilità.

La partecipazione e la consultazione dei lavoratori nello sviluppo, nell'attuazione e nella valutazione del sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro si svolgono in riunioni periodiche.

La Funzione HSE e l'RSPP, con l'eventuale ausilio della Funzione HR per la parte organizzativa e amministrativa, curano periodicamente la formazione in materia di salute e sicurezza dei dipendenti e degli stagisti che operano in tutte le aree aziendali, ovvero negli uffici, nelle manutenzioni, nei magazzini, nei laboratori e nelle aree produttive, attraverso appositi incontri di persona e/o e-learning. La formazione sulla sicurezza sul lavoro è prevista in un apposito Piano di Formazione dove vengono esplicitati i fabbisogni formativi, il tipo di formazione somministrata e il formatore individuato in funzione del tipo di mansione prevista per i dipendenti dell'Azienda. Al termine ogni partecipante riceve una copia del corso di formazione con le indicazioni delle norme di sicurezza da seguire all'interno della propria area di lavoro. Lo scopo del materiale è quello di formare le funzioni specifiche sui rischi presenti all'interno delle loro diverse aree e, attraverso le regole di prevenzione adottate dall'azienda, prevenire possibili eventi infortunistiche, al termine delle sessioni formative, i partecipanti sostengono uno specifico 'test di apprendimento'.

Ogni sito del Gruppo ha uno specifico budget annuale per la modifica e l'aggiornamento degli impianti per definire e sviluppare interventi e progetti specifici in termini di salute e sicurezza e prevenzione degli incidenti. Nel 2022 diversi siti del Gruppo hanno effettuato



## NETWORKING CON ALTRE AZIENDE SU QUESTIONI DI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO


Da diversi anni Bauli partecipa a network nazionali dedicati al tema della salute e sicurezza, nell'ottica di confrontare, aggiornare e condividere le migliori pratiche. In particolare, il Gruppo partecipa ai tavoli di lavoro di Unionfood, l'associazione nazionale per la rappresentanza diretta delle categorie merceologiche alimentari, partecipando ad un Gruppo di Lavoro con la partecipazione di Safety Manager di molte importanti aziende associate. Questa ha in particolare svolto un'attività di studio per condividere gli interventi e le iniziative messe in atto dalle singole aziende per migliorare le condizioni di lavoro, quali, ad esempio, adeguamento delle singole attrezzature, miglioramento del comfort della postazione di lavoro, interventi sui layout.

Bauli è membro dell'Associazione Italiana Ambiente e Sicurezza (AIAS), la più importante comunità tecnico-scientifica italiana di professionisti interni ed esterni alle organizzazioni che si occupano di sicurezza, salute e ambiente. Lo scambio di esperienze tra professionisti è facilitato anche dall'inserimento di associati nelle Comunità Professionali AIAS (APC), che costituiscono la base del Comitato Tecnico Scientifico (STC). Le riunioni periodiche degli associati sono il principale motore associativo per lo sviluppo di documenti tecnici, corsi di formazione, servizi, prodotti, e quant'altro la rete AIAS offre ai propri associati. All'interno dell'AIAS, Bauli è membro e partecipa alle attività del Club della Prevenzione nelle Grandi Organizzazioni (CGPO), che riunisce in rete i dirigenti EHS di grandi organizzazioni pubbliche e private, italiane o internazionali con sede in Italia. La missione del Club è quella di affermarsi come la più importante realtà esistente in Italia per rappresentare la voce delle grandi organizzazioni italiane che operano in Italia per dare loro un luogo fisico e virtuale dove poter crescere insieme nel rispetto della diversità culturale e delle regole del mercato.

importanti investimenti per ridurre la movimentazione manuale dei carichi al fine di ridurre lo sforzo fisico delle persone attraverso il ripensamento di alcuni macchinari. Nel corso del 2023 tali interventi sono stati consolidati e replicati anche in altri siti del Gruppo.

Le informazioni sui rischi sul luogo di lavoro dei dipendenti esterni sono diffuse secondo una procedura speciale "Informazioni sui rischi specifici nell'ambiente di lavoro". A tutti i visitatori, secondo necessità, vengono consegnati all'ingresso alcuni documenti e brochure specifici per ogni singolo sito dell'Azienda.



A young woman with long, wavy blonde hair is smiling warmly at the camera. She is wearing a light blue checkered button-down shirt under a tan blazer. She is holding a silver tablet in her left hand and pointing at the screen with her right index finger. The background is a blurred office environment with other people working at desks. There are decorative brown particle effects in the top right and bottom left corners of the page.

**MIGLIORARE LE  
CONDIZIONI DI LAVORO,  
QUALI, AD ESEMPIO,  
ADEGUAMENTO DELLE  
SINGOLE ATTREZZATURE,  
MIGLIORAMENTO  
DEL COMFORT DELLA  
POSTAZIONE DI LAVORO,  
INTERVENTI SUI LAYOUT.**

## 7.3 VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

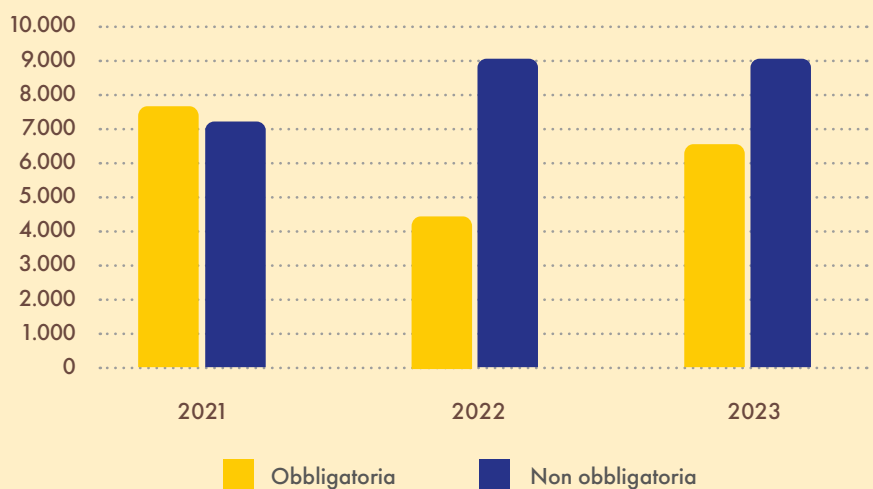
Bauli attribuisce grande importanza alla formazione, all'informazione e all'istruzione sia dei nuovi assunti che dei dipendenti già presenti. Per i nuovi ingressi, l'obiettivo è fornire loro conoscenze che, unite all'esperienza pratica, potenzino le loro competenze. Per quanto riguarda i dipendenti esistenti, il Gruppo si impegna a tenerli ben informati e coinvolti, assicurandosi che siano al corrente degli affari aziendali e possano contribuire attivamente a un ambiente di lavoro sicuro e produttivo.

Le attività di formazione vengono svolte in base alle diverse categorie individuate in base al tipo di collaborazione e coprono specificamente i seguenti aspetti: Regolamenti interni, Integrazione, Sistema di qualità aziendale, GDPR, Decreto Legislativo 231/2001/Responsabilità da reato delle persone giuridiche, normative sulla salute e sicurezza sul lavoro, norme igieniche e standard HACCP, protezione della sicurezza alimentare, percorsi di formazione professionale mirati. La formazione riservata alle categorie incaricate di gestire i processi produttivi riguarda attività considerate cruciali per la qualità del prodotto, dagli aspetti tecnici legati alla produzione alla sicurezza personale quando il dipendente è chiamato ad operare con attrezzature e macchinari. Il Dipartimento delle Risorse Umane collabora con i responsabili di area per definire programmi di formazione tecnica e trasversale. L'organizzazione ha stabilito processi e programmi di sviluppo del talento mirati a definire attività per coltivare e potenziare le competenze degli individui, con un'attenzione volta a migliorare le competenze esistenti, acquisire nuove competenze e favorire la crescita delle competenze. Questi percorsi sono personalizzati per ciascun

dipendente, con valutazioni periodiche e piani di miglioramento per potenziare le aree di debolezza e garantire la crescita e lo sviluppo personale.

Nel periodo di riferimento, la formazione complessiva è stata di 12,3 ore pro capite, registrando un aumento del circa 19% rispetto al periodo precedente (10,3 ore pro capite nel periodo 2021-2022).

### Numero totale di ore di formazione obbligatoria e non obbligatoria



Bauli mette a disposizione dei propri dipendenti un mix di formazione online e in presenza, con una preferenza per quest'ultima. Nel 2022 è stato realizzato uno spazio formativo a Castel D'Azzano che può ospitare fino a 200 persone, dando la possibilità di gestire al meglio l'erogazione della formazione e dell'istruzione in presenza, potendo optare sia per la formazione in presenza che per i workshop interattivi.

L'azienda sta inoltre sviluppando interventi formativi mirati per specifici cluster di popolazione. In particolare, sono attive le seguenti accademie di formazione:

- La Operations Academy, che ha lo scopo di svolgere attività di formazione e informazione in vista dell'assunzione di personale operaio sia direttamente assunto che per personale stagionale. Le attività sono focalizzate sulle informazioni relative ai processi aziendali e alle attività delle aree operative, alla missione, alla visione, ai valori e alle strategie. Questo corso consente al personale di avere un quadro generale dell'azienda ed essere in grado di dare importanti feedback per il miglioramento dei processi.

- La Future Academy è specificamente progettata per giovani professionisti con fino a 5 anni di esperienza e sotto i 32 anni. I suoi obiettivi principali includono favorire un senso di comunità, aumentare l'engagement e coltivare competenze soft essenziali per avanzare nella loro carriera. Questa accademia funge da piattaforma in cui i dipendenti vengono formati per diventare ambasciatori del cambiamento all'interno di Bauli, con un forte focus sullo sviluppo delle loro competenze relazionali, cognitive e innovative nel corso di un programma di formazione di un anno. Ogni aspetto del lavoro, che sia relazionale, cognitivo o innovativo, viene rafforzato attraverso esperienze pratiche come giochi o casi studio, integrate da due o tre sessioni di laboratorio.

- La Bauli Professional Academy è rivolta ai "Professionisti Bauli" con l'obiettivo di fornire loro strumenti avanzati e competenze per accelerare il raggiungimento dei loro obiettivi professionali e personali. Questa iniziativa formativa funge da catalizzatore per l'integrazione, la crescita e la trasformazione, favorendo un senso di unità all'interno dell'azienda e della sua comunità di figure chiave. Li incoraggia a collaborare tra vari dipartimenti, mettendo l'accento su quattro laboratori fondamentali: pensiero orientato ai progetti, approcci orientati alla soluzione, collaborazione efficace e competenze di presentazione incisive.

- Bauli Leadership Academy: strutturata in modo differenziato per i nuovi manager

appena nominati e per gli altri manager. Un corso di formazione esperienziale per la crescita professionale e lo sviluppo del ruolo manageriale in Bauli. L'obiettivo è acquisire strumenti, modelli e tecniche manageriali legati al feedback, alla delega e ai meccanismi di motivazione e coinvolgimento. Workshop e giochi di ruolo mirati alla discussione e alla condivisione delle esperienze manageriali nella gestione dei dipendenti sono i principali strumenti di formazione.

- Bauli Toolkit Academy: un'Accademia volta a fornire a tutti i dipendenti strumenti per gestire al meglio il loro lavoro, con un focus su Excel, PowerPoint, competenze comunicative e presto anche sulla gestione dei progetti.

- Massimizzazione dell'efficacia personale: fornire tutti gli strumenti fondamentali per affrontare nuove sfide lavorative in un ambiente veloce e in continua evoluzione. Con un focus sulla gestione del tempo, risoluzione dei problemi (responsabilità, creatività e self-management);

- Coaching: guidare i manager nel potenziamento delle loro competenze e delle aree di sviluppo;

- Brevi corsi tecnici con istituti di alto livello (es. Politecnico di Milano).

Vengono attivate molte altre attività di formazione individuali e/o di gruppo, compresa l'attivazione di ulteriori attività di team building, sia per specifici dipartimenti che per gruppi di persone trasversali ai vari dipartimenti.

## VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI, COMPENSI E PIANI DI SVILUPPO

La valutazione delle prestazioni del personale in Bauli si basa su un sistema strutturato di valutazione focalizzato sull'analisi degli obiettivi quantitativi (obiettivi aziendali/KPI economici/finanziari) e degli obiettivi qualitativi (valutazione delle competenze basata sui valori aziendali). Il processo permette di:

- Definire-. obiettivi a breve termine in linea con la strategia a lungo termine dell'azienda

- Premiare le prestazioni eccellenti

- Integrare le politiche di sviluppo del personale

- Rafforzare l'impegno emotivo dei dipendenti nei confronti dell'organizzazione

- Mantenere un elevato coinvolgimento dei dipendenti attraverso feedback costruttivi

- Rafforzare la cultura promossa basata sulla valutazione dei risultati e dei comportamenti attuati all'interno dell'organizzazione

- Strutturare le discussioni sulle aree di miglioramento emerse

La definizione degli obiettivi è associata alle attività di feedback a metà anno e alla fine dell'anno ed è basata su elementi quantitativi e qualitativi, con lo scopo di mappare il talento potenziale all'interno delle "green boxes" e definire percorsi di sviluppo. In particolare, una parte della valutazione basata sugli obiettivi qualitativi è legata allo sviluppo delle soft skills in linea con i valori aziendali e il Modello di competenze-chiave di Bauli, al fine di garantire una costante adesione agli aspetti della cultura aziendale e del benessere che caratterizzano il Gruppo.

I criteri di valutazione delle prestazioni sono in costante evoluzione in linea con il processo di miglioramento continuo adottato da Bauli. Il processo di valutazione è uno dei fattori del sistema di compensi, che si suddivide in sistemi di incentivi annuali (principalmente MBO e premi per le vendite) e un sistema strutturato di Salary Review annuale.

Il Gruppo è attivamente impegnato nel potenziare il suo processo di valutazione delle prestazioni con l'obiettivo di definire al meglio i Piani di Sviluppo di Carriera individuali. Questa iniziativa strategica è progettata per rafforzare la personalizzazione dell'avanzamento professionale, includendo lo sviluppo sia delle soft skills che delle hard skills, oltre alla crescita manageriale. È supportata da miglioramenti nelle retribuzioni complessive e da un impegno costante nel fornire formazione e supporto per lo sviluppo professionale. Inoltre, come precedentemente menzionato, l'azienda sta collaborando attivamente con la funzione delle Risorse Umane e i responsabili delle aree per favorire una maggiore partecipazione alle attività di job rotation.

## 7.4 CURA & COINVOLGIMENTO

Bauli ha avviato diverse iniziative per promuovere il benessere e la qualità della vita delle persone, in linea con gli ultimi approcci del Corporate Welfare e del Wellbeing. Il Gruppo considera queste attività fondamentali per attrarre nuove risorse e mantenerle motivate e coinvolte nel tempo.

Riguardo alla possibilità di accesso ai servizi, la capogruppo Bauli S.p.A. fornisce a tutti i dipendenti strumenti di Welfare utilizzabili tramite il portale Bauli People, appositamente sviluppato dal Gruppo. All'interno del portale, i dipendenti possono utilizzare la piattaforma Jointly per accedere a una rete di servizi in base alle proprie necessità<sup>15</sup>. Attraverso il portale Corporate Benefits i dipendenti possono inoltre ottenere prodotti o servizi a prezzi scontati<sup>16</sup>.

Il processo di definizione delle offerte di servizi del Welfare ha rappresentato un'opportunità per effettuare una specifica analisi del clima aziendale. Questa analisi viene condotta online e viene periodicamente aggiornata ogni 3-4 anni. Consente di anticipare in modo proattivo e, quando possibile, affrontare le esigenze di tutti i dipendenti.

A partire dal 2022-2023 è stato attuato un significativo cambiamento per tutti i dipendenti aventi diritto a bonus collettivi stabiliti dai Contratti Collettivi Aziendali. Questi dipendenti hanno ora l'opzione di convertire una parte del loro bonus in benefici del Welfare. Nello specifico, una percentuale che varia dal 30% all'80% del bonus annuale totale è distribuita sia ai dipendenti impiegati che operai. Tale distribuzione si basa sul risultato

EBITDA raggiunto. Inoltre, i dipendenti possono scegliere di convertire fino al 100% del valore totale di questo bonus in crediti del Welfare. Per gli operai una parte dei benefit accessori forniti può essere convertita in crediti del Welfare; mentre per gli impiegati questa possibilità rientra almeno parzialmente in ciò che è identificato nella categoria dei benefici flessibili.

Il Gruppo considera le iniziative di Welfare come uno strumento di grande valore e una opportunità chiave per le sue persone. A tal proposito, durante il 2022-2023 sono state realizzate diffuse attività di coinvolgimento dedicate alla formazione e all'informazione sull'uso sia dei benefit accessori che dei benefit flessibili all'interno della piattaforma Jointly, considerando l'ampia offerta che essa propone. Questa iniziativa è stata molto efficace e ha portato a raggiungere una percentuale di utilizzo di tali benefit all'interno della piattaforma pari al 95% dei bonus totali erogati.

Nel 2022-2023 sono state attuate ulteriori attività riguardanti il Caring e il Welfare. Durante il rinnovo di due dei quattro Contratti Collettivi Interni attualmente in vigore nei quattro principali siti di Bauli Spa, gli importi forniti ai dipendenti per essere utilizzati come crediti del Welfare sono stati aumentati e forniti "in aggiunta", senza riferimento al raggiungimento di alcun obiettivo specifico. È stato inoltre concordato con i Sindacati che, in caso di conversione del 100% del bonus collettivo in crediti del Welfare, l'importo risultante dovrebbe essere



**IL GRUPPO CONSIDERA LE INIZIATIVE DI WELFARE COME UNO STRUMENTO DI GRANDE VALORE E UNA OPPORTUNITÀ CHIAVE PER LE SUE PERSONE.**

aumentato di una certa percentuale, fornendo in questo modo un ulteriore importo da investire nel Welfare.

Inoltre, all'interno del rinnovo del Contratto Collettivo relativo al sito di Orsago, è stato concordato con i Sindacati di avviare un'iniziativa pilota legata all'implementazione di una "banca ore solidarietà". Questo consentirà ai dipendenti di "donare" parte dei loro permessi / ferie a colleghi che li hanno completamente esauriti e hanno specifiche esigenze di prendersi periodi di pausa per gestire attività di assistenza familiare comprovate. Bauli crede fermamente che incoraggiare la solidarietà tra colleghi contribuirà in generale alla cultura dell'assistenza e al senso di inclusività.

<sup>15</sup> I benefit descritti sono forniti ai dipendenti operai e impiegati della capogruppo, compresi i dipendenti a tempo parziale. Gli impiegati stagionali non sono inclusi.

<sup>16</sup> I benefit descritti sono forniti ai dipendenti operai e impiegati della capogruppo, compresi i dipendenti a tempo parziale. Gli impiegati stagionali sono inclusi nei Corporate Benefits.



## SMART FLEXIBILITY POLICY 2.0

Nel corso del 2023 l'azienda ha evoluto la sua policy dedicata al lavoro flessibile definendo la Smart Flexibility Policy 2.0, che consente a una parte dei lavoratori di beneficiare di orari di lavoro flessibili e di accedere allo Smart Working. In particolare, per tutti i dipendenti e dirigenti della capogruppo Bauli S.p.A. l'iniziativa prevede:

- Fino a 10 giorni di Smart Working al mese (precedentemente 1 a settimana), anche frazionabili durante la settimana, con dispositivi forniti adeguatamente dall'azienda. In ottica di assistenza alle persone, l'azienda ha previsto la possibilità per le persone in determinate situazioni particolari (donne in gravidanza, persone con figli di età inferiore ai tre anni, persone con specifiche esigenze di assistenza familiare, ecc.) di poter usufruire di un numero maggiore di giorni di Smart Working a settimana.
- Flessibilità degli orari gestibile su base settimanale, nel rispetto delle 40 ore settimanali pianificate e garantendo un minimo di 5 ore al giorno. Le ore flessibili possono essere recuperate nello stesso giorno o durante la settimana (fino a un massimo di 9 ore lavorative al giorno, non oltre le 19:00 e non durante i giorni di Smart Working).

L'adozione della Smart Flexibility Policy 2.0 è intesa come un ulteriore passo verso la creazione di un ambiente di lavoro innovativo; questo approccio consente infatti all'azienda di offrire un sostegno concreto e significativo in ottica di equilibrio tra lavoro e vita privata, genitorialità e assistenza a fragilità, mantenendo nel contempo una forte attenzione al concetto di team. Dimostrando che l'iniziativa è stata implementata correttamente, c'è stato un forte aumento delle adesioni nell'ultimo anno, anche da parte di persone appartenenti a funzioni in cui la pratica non era inizialmente molto diffusa.

## ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

Il Gruppo si impegna costantemente per garantire un ambiente di lavoro positivo e motivante in cui il rispetto per le persone, l'integrità e l'equità devono essere un prerequisito per il benessere e la qualità del lavoro. Le attività di coinvolgimento dei dipendenti svolgono infatti un ruolo significativo e sono gestite dal Dipartimento delle Risorse Umane in collaborazione con la funzione di Comunicazione Interna.

Tra queste, rivestono particolare importanza le iniziative interne per diffondere "buone notizie" ai dipendenti tramite e-mail, attraverso il portale intranet e gli schermi aziendali nelle fabbriche e negli uffici, riguardanti nuovi progetti, iniziative e aspetti legati alla sostenibilità ambientale e sociale.

Un Gruppo di Ambassador interni i G.I.V.E.R. è impegnato nel diffondere i valori aziendali e nel sostenere lo sviluppo e la comunicazione interna di vari progetti di sostenibilità (dematerializzazione dei processi

basati su carta, progetti di risparmio idrico, raccolta delle iniziative "benefiche" dell'azienda anche a fini del coinvolgimento interno).

Sono state sviluppate anche attività di team building che, in collaborazione con partner esterni, mirano non solo a favorire la crescita personale dei dipendenti ma vogliono essere anche occasioni di apprendimento e divertimento.





## LA PARTNERSHIP CON GREAT PLACE TO WORK

Nel corso del 2023 l'azienda ha attivato una partnership con Great Place to Work per misurare il livello di coinvolgimento dei propri dipendenti, al fine di lavorare su eventuali punti di debolezza e nell'ottica di un miglioramento continuo del luogo di lavoro offerto. Con cadenza annuale viene condotta un'indagine sul clima aziendale per definire piani di sviluppo del benessere in azienda. L'iniziativa, ancora nella sua fase iniziale, sta ottenendo grande successo raggiungendo un tasso di risposta al questionario pari a circa 87% del campione a cui è stato sottoposto.

Il Gruppo nel tempo ha posto in essere anche molteplici iniziative per promuovere il coinvolgimento delle persone nel mondo di Bauli, soprattutto in occasione di particolari anniversari, tra cui:

- Happy Anniversary – celebrazione dell'anniversario di assunzione dei dipendenti;
- Omaggi natalizi e pasquali per i dipendenti;
- 8 Marzo - attività interne per celebrare la Festa della Donna;

- Iniziative di degustazioni interne dei prodotti del Gruppo Bauli;
- Coffee free day – giornate di erogazione gratuita dei distributori di bevande caffetteria;
- Abbellimento dei luoghi di lavoro - abbellimento degli spazi uffici di Castel D'Azzano .

## HAPPY ANNIVERSARY E SOSTENIBILITÀ

Ogni anno il Gruppo Bauli celebra "l'anniversario in azienda" regalando ad ogni dipendente un dono scelto in base ai criteri di sostenibilità e ambientali. L'Happy Anniversary è pensato per celebrare una pietra miliare e una crescita condivisa tra le persone e l'azienda.

Per il 2023 Bauli ha scelto di regalare ai suoi dipendenti uno zaino realizzato con tessuti pregiati in surplus provenienti da importanti marchi, sviluppati insieme a "Quid Impresa Sociale", un'impresa no - profit impegnata nella produzione di beni utilizzando materiali di alta qualità provenienti da scarti, realizzati da lavoratori (principalmente donne) in condizioni di fragilità.



**L'HAPPY ANNIVERSARY È PENSATO PER CELEBRARE UNA PIETRA MILIARE E UNA CRESCITA CONDIVISA TRA LE PERSONE E L'AZIENDA.**

## PRANZO DI NATALE IN ONORE DEL CENTENARIO DEL GRUPPO

Il Gruppo Bauli, in onore del suo Centenario, ha deciso di celebrare il Natale insieme a tutte le persone che ogni giorno contribuiscono con il loro lavoro al successo di Bauli in Italia e nel mondo.

La celebrazione si è svolta a Verona, la città dove è iniziato il grande sogno, con un pranzo di Natale che ha riunito i dipendenti del Gruppo Bauli provenienti dall'Italia e dalle diverse società estere del Gruppo. È stato come una grande riunione di famiglia, un momento per riunirsi, scambiarsi gli auguri natalizi e gustare momenti di autentica magia.



## 7.5 SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI

Per il Gruppo Bauli responsabilità sociale significa anche sostenere la comunità in cui opera e la città ed il territorio nei quali è ormai presente da numerosi anni. L'azienda ha sviluppato negli anni numerose azioni e progetti, che hanno permesso all'azienda di rendere la comunità locale partecipe del proprio successo, dimostrando il proprio senso di responsabilità ed appartenenza.

Al fine di rendere maggiormente efficace e rilevante l'impegno del Gruppo su quest'ambito, è stata approvata una specifica Procedura Donazioni, che regola le modalità di selezione ed erogazione dei contributi alle entità del territorio.

Tra le diverse attività intraprese, vengono di seguito riportate le più rilevanti.



### VALORIZZAZIONE CULTURALE DEL TERRITORIO

#### Rigenerazione e ampliamento della Biblioteca Capitolare

Un'iniziativa che rende Bauli particolarmente orgogliosa è il sostegno che da due anni viene fornito alla "Fondazione Biblioteca Capitolare di Verona", la biblioteca più antica al mondo ancora in attività, un luogo prezioso nel cuore della città natale del Gruppo e nonostante questo ancora poco conosciuta.

Bauli ha celebrato il suo centesimo anniversario con una grande cerimonia tenutasi proprio presso la Biblioteca Capitolare di Verona. Attraverso l'istituzione della Fondazione Biblioteca Capitolare, il Gruppo Bauli contribuisce alla conservazione e alla valorizzazione dei tesori custoditi al suo interno, con l'obiettivo di offrire l'opportunità di far conoscere a un pubblico sempre più vasto un patrimonio unico del sapere umano.

#### Iniziativa "67 Colonne per l'Arena di Verona"

Il Gruppo Bauli è orgoglioso di continuare a sostenere "67 Colonne per l'Arena di Verona", un importante progetto di raccolta fondi e partecipazione delle aziende concepito per rafforzare una delle istituzioni centrali dell'economia e della cultura della città di Verona e del suo territorio.

In collaborazione con la Fondazione Arena di Verona, il progetto prevede idealmente di ricostruire il cerchio esterno di archi distrutto da un terremoto nel 1117 grazie al sostegno di imprenditori e professionisti che aderiscono a una membership annuale animata da sostenitori sempre nuovi, uniti dal desiderio di contribuire allo spettacolo e al suo valore sociale. La cultura è considerata come un mezzo per favorire l'inclusione e la partecipazione all'interno del Gruppo. Proprio per questo motivo, Bauli considera un privilegio far parte di questa iniziativa e approfondire il suo legame con Verona e il suo territorio circostante.



### CREAZIONE DI OPPORTUNITÀ DI LAVORO PER LE GENERAZIONI PIÙ GIOVANI

#### Career and Recruiting Days presso le Università

Il Gruppo Bauli si impegna a sviluppare in modo significativo i talenti del futuro. Durante gli eventi organizzati dalle università locali, i potenziali candidati hanno l'opportunità di interagire con i team del Gruppo e relazionarsi con il dipartimento delle Risorse Umane, che è in grado di rispondere alle domande e chiarire le opportunità di carriera offerte dal Gruppo.

Bauli partecipa a Verona anche a Job&Orienta, un evento specificamente dedicato ad offrire orientamento professionale agli studenti, aiutandoli nella transizione verso il mondo professionale. Durante questo evento, i responsabili delle Risorse Umane e dell'IT del Gruppo hanno colto l'opportunità per discutere delle sfide principali e delle opportunità che incontrano nel loro lavoro quotidiano. Hanno condiviso il loro entusiasmo e offerto preziosi spunti agli studenti su come coltivare le competenze essenziali richieste in un settore che sta diventando progressivamente vitale per le imprese contemporanee.

### SUPPORTO A PERSONE IN CONDIZIONI DI FRAGILITÀ

#### Make-a-Wish Italy

Dal 2019 il Gruppo Bauli sostiene Make-A-Wish Italia, un'organizzazione no-profit che si occupa di bambini malati di gravi patologie. Insieme a questa organizzazione no-profit molto speciale, Bauli sarà quindi in grado di contribuire a fare la differenza nella vita di molti bambini, realizzando i loro desideri grandi e piccoli. Siamo orgogliosi di essere stati al fianco dell'Associazione per quattro anni.

Durante il Natale del 2022 il Gruppo ha scelto di sostenere 10 desideri di altrettanti bambini, con l'obiettivo di regalare loro momenti di intensa gioia in grado di portare forza e speranza nei cuori dei più piccoli e delle loro famiglie.

### CONTRASTO AGLI SPRECHI ALIMENTARI

#### Good Giving - Pane Quotidiano ONLUS

Good Giving - Pane Quotidiano ONLUS piattaforma sviluppata in collaborazione con Salesforce, l'Università Bocconi e Corporate Hangar è stata presentata durante TUTTOFOOD Milano. Un progetto creato per semplificare il



## Too Good To Go

processo di donazione per le aziende della filiera agroalimentare, contenere gli sprechi alimentari attraverso un sistema computerizzato per l'organizzazione della rete di distribuzione degli eccedenze e aumentare il valore generato per la comunità.

Per il Gruppo Bauli la questione dello spreco alimentare e l'impatto negativo risultante in termini di sostenibilità sociale ed ambientale è di vitale importanza, ed è proprio per questo motivo che abbiamo deciso di aderire e di essere tra i primi ad adottare la piattaforma Good Giving, per aiutare le persone bisognose.

#### Too Good To Go

Dall'2021 il Gruppo Bauli ha siglato il Patto contro lo Spreco Alimentare di "Too Good To Go" entrando a far parte di una comunità unita nel fronteggiare

quella che è una sfida cruciale per il benessere dell'intero pianeta.

Bauli ha promosso con entusiasmo e determinazione i progetti proposti dall'iniziativa non solo contribuendo con la raccolta di prodotti ma anche organizzando momenti di informazione interna.

L'iniziativa coinvolge 25 partner, tra cui aziende, il terzo settore e associazioni di consumatori. Anche nel corso del 2022 questa iniziativa ha raggiunto numeri straordinari, "salvando" ben 67.538 prodotti, equivalenti a 7.131 scatole. In linea con i valori della sostenibilità, questa collaborazione ha anche un impatto importante sulle emissioni del Gruppo: infatti, sono stati risparmiati 17.827,5 kg di CO<sub>2</sub>, equivalenti a 52 voli Roma/Londra o, pensando in grande, 16 voli Roma/New York.



# NOTA METODOLOGICA

**IL PRESENTE DOCUMENTO È IL SECONDO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO BAULI (NEL DOCUMENTO ANCHE “GRUPPO” O “BAULI”), HA L’OBIETTIVO DI COMUNICARE IN MODO TRASPARENTE L’APPROCCIO DI SOSTENIBILITÀ DELL’AZIENDA E LE SUE PERFORMANCE IN AMBITO DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA RELATIVAMENTE ALL’ESERCIZIO 2022/2023 (DAL 1° LUGLIO 2022 AL 30 GIUGNO 2023).**

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e la valutazione dell’andamento delle attività dell’Azienda, è riportato, inoltre, il confronto con i dati relativi agli esercizi 2021/2022 (dal 1° luglio 2021 al 30 giugno 2022) e 2020/2021 (dal 1° luglio 2020 al 30 giugno 2021). Per garantire l’affidabilità dei dati è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, ove presenti, sono opportunamente segnalate nel documento.

Il Bilancio di sostenibilità del Gruppo Bauli è redatto in conformità ai requisiti dell’aggiornamento 2021 dei “GRI Sustainability Reporting Standards” definiti dal Global Reporting Initiative (GRI). Come richiesto dai GRI Standards, il Gruppo Bauli ha identificato le tematiche di sostenibilità ritenute rilevanti attraverso un’Analisi di materialità effettuata nel 2023 e descritta nel paragrafo “L’approccio alla sostenibilità” del presente documento.

Il perimetro dei dati e delle informazioni economiche e sociali risulta essere il medesimo del Bilancio Consolidato del Gruppo Bauli al 30.06.2023.

Con riferimento ai dati e alle informazioni ambientali, il perimetro di rendicontazione include i siti produttivi di Castel D’Azzano (VR), San Martino Buon Albergo (VR) e Orsago (TV) per Bauli S.p.A., il sito produttivo di Romanengo (CR) per F.B.F. S.p.A., il sito produttivo di Altopascio (LU) per Alpipan S.r.l., il sito produttivo di Guarene (CN) per Dacasto Gran Pasticceria S.r.l., il sito

produttivo di Baramati (India) per Bauli India Bakes & Sweets Pvt Ltd e la sede commerciale di Bratislava (Slovakia) per Bauli Slovakia & Czech Republic (Max Sport S.r.o.). Sono stati esclusi dal perimetro dei dati e delle informazioni ambientali la sede di Singapore per Bauli Singapore Pvt. Ltd., la sede di Marsiglia (Francia) per Bauli France (Fête Latine S.a.S.), la sede di New York (USA) per Bauli USA Inc., la sede di Calcutta (India) per Bauli Bakes & Sweets Consulting Pvt Ltd e la società Immobiliare Gravon S.r.l., in quanto ritenute non significative rispetto agli impatti ambientali considerati. Eventuali limitazioni di perimetro relativamente a singoli temi o indicatori sono espressamente esplicitate nel testo.

Nell’esercizio 2022/2023 (dal 1° luglio 2022 al 30 giugno 2023) non si segnalano variazioni significative relative al settore di attività, alle relazioni commerciali e alla catena del valore dell’Azienda.

Il presente documento è redatto con cadenza annuale ed è stato sottoposto ad approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Bauli S.p.A. in data 26 settembre 2023. Il documento non è sottoposto ad assurance esterna. Per ulteriori informazioni e suggerimenti relativamente al Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Bauli è possibile scrivere a [comunicazione@bauli.it](mailto:comunicazione@bauli.it). Il documento è inoltre disponibile anche sul sito web di Bauli: [www.bauligroup.com](http://www.bauligroup.com)

# INDICATORI DI PRESTAZIONE

## RESPONSABILITÀ ECONOMICA

### DISCLOSURE 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO (IN EURO)

	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
<b>Valore economico direttamente generato</b>	<b>476.558.121</b>	<b>551.649.431</b>	<b>639.144.991</b>
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>30.295.815</b>	<b>31.942.992</b>	<b>34.023.236</b>
<b>Valore economico distribuito, di cui:</b>	<b>446.262.306</b>	<b>519.706.440</b>	<b>605.121.753</b>
Costi operativi riclassificati	354.335.363	432.378.709	517.781.966
Remunerazione del Personale	78.591.242	77.493.457	79.286.237
Remunerazione dei Finanziatori	1.061.084	1.095.304	3.445.027
Remunerazione degli Azionisti	4.416.100	5.014.505	1.965.100
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	7.567.181	3.252.115	1.828.774
Remunerazione della Comunità	291.334	472.350	814.649

## RESPONSABILITÀ SOCIALE

### DISCLOSURE 2-7 Dipendenti

DIPENDENTI PER GENERE E AREA GEOGRAFICA (HEADCOUNT)

Area geografica	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	531	601	<b>1.132</b>	516	595	<b>1.111</b>	504	568	<b>1.072</b>
India	158	5	<b>163</b>	143	7	150	145	8	<b>153</b>
Francia	2	7	<b>9</b>	1	7	8	1	7	<b>8</b>
Slovacchia	14	16	<b>30</b>	19	17	<b>36</b>	13	15	<b>28</b>
USA	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>
Singapore	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>
<b>Totale dipendenti del Gruppo</b>	<b>707</b>	<b>629</b>	<b>1.336</b>	<b>681</b>	<b>626</b>	<b>1.307</b>	<b>665</b>	<b>598</b>	<b>1.263</b>

## DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (TEMPO INDETERMINATO, DETERMINATO E STAGIONALE) GENERE E AREA GEOGRAFICA (HEADCOUNT)

Area geografica	Tipologia contrattuale	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	Indeterminato	504	563	<b>1.067</b>	495	552	<b>1.047</b>	483	543	<b>1.026</b>
	Determinato	22	30	<b>52</b>	19	41	<b>60</b>	15	21	<b>36</b>
	Stagionale	5	8	<b>13</b>	2	2	<b>4</b>	6	4	<b>10</b>
	<b>Totale</b>	<b>531</b>	<b>601</b>	<b>1.132</b>	<b>516</b>	<b>595</b>	<b>1.111</b>	<b>504</b>	<b>568</b>	<b>1.072</b>
India	Indeterminato	158	5	<b>163</b>	143	7	<b>150</b>	145	8	<b>153</b>
	Determinato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stagionale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Totale</b>	<b>158</b>	<b>5</b>	<b>163</b>	<b>143</b>	<b>7</b>	<b>150</b>	<b>145</b>	<b>8</b>	<b>153</b>
Francia	Indeterminato	2	7	<b>9</b>	1	7	<b>8</b>	1	6	<b>7</b>
	Determinato	-	-	-	-	-	-	-	1	<b>1</b>
	Stagionale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Slovacchia	Indeterminato	14	16	<b>30</b>	19	17	<b>36</b>	13	15	<b>28</b>
	Determinato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stagionale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Totale</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>28</b>
USA	Indeterminato	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>
	Determinato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stagionale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
Singapore	Indeterminato	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>	1	-	<b>1</b>
	Determinato	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stagionale	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>Totale dipendenti del Gruppo</b>	<b>Indeterminato</b>	<b>680</b>	<b>591</b>	<b>1.271</b>	<b>660</b>	<b>583</b>	<b>1.243</b>	<b>644</b>	<b>572</b>	<b>1.216</b>
	<b>Determinato</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>52</b>	<b>19</b>	<b>41</b>	<b>60</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>37</b>
	<b>Stagionale</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>
	<b>Totale</b>	<b>707</b>	<b>629</b>	<b>1.336</b>	<b>681</b>	<b>626</b>	<b>1.307</b>	<b>665</b>	<b>598</b>	<b>1.263</b>

## INDICATORI DI PRESTAZIONE (KPIS)

### DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO (FULL-TIME E PART-TIME), GENERE E AREA GEOGRAFICA (HEADCOUNT)

Area geografica	Tipologia d'impiego	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	Full-time	527	529	1.056	511	524	1.035	497	491	988
	Part-time	4	72	76	5	71	76	7	77	84
	Part-time (%)	1%	12%	7%	1%	12%	7%	1%	14%	8%
	<b>Totale</b>	<b>531</b>	<b>601</b>	<b>1.132</b>	<b>516</b>	<b>595</b>	<b>1.111</b>	<b>504</b>	<b>568</b>	<b>1.072</b>
India	Full-time	158	5	163	143	7	150	145	8	153
	Part-time	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Part-time (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	<b>Totale</b>	<b>158</b>	<b>5</b>	<b>163</b>	<b>143</b>	<b>7</b>	<b>150</b>	<b>145</b>	<b>8</b>	<b>153</b>
Francia	Full-time	2	6	8	1	5	6	1	5	6
	Part-time	-	1	1	-	2	2	-	2	2
	Part-time (%)	0%	14%	11%	0%	29%	25%	0%	29%	25%
	<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Slovacchia	Full-time	14	16	30	18	17	35	13	15	28
	Part-time	-	-	-	1	-	1	-	-	-
	Part-time (%)	0%	0%	0%	5%	0%	3%	0%	0%	0%
	<b>Totale</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>28</b>
USA	Full-time	1	-	1	1	-	1	1	-	1
	Part-time	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Part-time (%)	0%	-	0%	0%	-	0%	0%	-	0%
	<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
Singapore	Full-time	1	-	1	1	-	1	1	-	1
	Part-time	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Part-time (%)	0%	-	0%	0%	-	0%	0%	-	0%
	<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>Totale dipendenti del Gruppo</b>	<b>Full-time</b>	<b>703</b>	<b>556</b>	<b>1.259</b>	<b>675</b>	<b>553</b>	<b>1.228</b>	<b>658</b>	<b>519</b>	<b>1.177</b>
	<b>Part-time</b>	<b>4</b>	<b>73</b>	<b>77</b>	<b>6</b>	<b>73</b>	<b>79</b>	<b>7</b>	<b>79</b>	<b>86</b>
	<b>Part-time (%)</b>	<b>1%</b>	<b>12%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>12%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>13%</b>	<b>7%</b>
	<b>Totale</b>	<b>707</b>	<b>629</b>	<b>1.336</b>	<b>681</b>	<b>626</b>	<b>1.307</b>	<b>665</b>	<b>598</b>	<b>1.263</b>

## DISCLOSURE 2-8 Lavoratori che non sono dipendenti

### LAVORATORI CHE NON SONO DIPENDENTI PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE (HEADCOUNT)

Categoria professionale	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Somministrati	66	31	97	93	30	123	132	91	223
Stagisti/Tirocinanti	-	2	2	2	5	7	2	3	5
Agenti <sup>17</sup>	252	57	309	272	57	329	302	70	372
<b>Totale</b>	<b>318</b>	<b>90</b>	<b>408</b>	<b>367</b>	<b>92</b>	<b>459</b>	<b>436</b>	<b>164</b>	<b>600</b>

<sup>17</sup>La categoria agenti include agenti di vendita, rappresentati in particolare dagli agenti delle ricorrenze e dei prodotti continuativi.

## DISCLOSURE 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

## DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE (HEADCOUNT)

Categoria professionale	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	88,9%	11,1%	<b>2,0%</b>	92,0%	8,0%	<b>1,9%</b>	92,3%	7,7%	<b>2,1%</b>
Quadri	87,1%	12,9%	<b>5,2%</b>	81,5%	18,5%	<b>5,0%</b>	80,6%	19,4%	<b>5,7%</b>
Impiegati	55,5%	44,5%	<b>25,7%</b>	53,6%	46,4%	<b>26,5%</b>	53,1%	46,9%	<b>26,7%</b>
Operai e intermedi	48,2%	51,8%	<b>67,0%</b>	48,2%	51,8%	<b>66,6%</b>	48,8%	51,2%	<b>65,6%</b>
<b>Totale</b>	<b>53%</b>	<b>47%</b>	<b>100%</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>100%</b>	<b>52,7%</b>	<b>47,3%</b>	<b>100%</b>

## DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCE D'ETÀ (HEADCOUNT) - %

Categoria professionale	al 30 giugno 2021				al 30 giugno 2022				al 30 giugno 2023			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
Dirigenti	0,0%	37,0%	63,0%	<b>2,0%</b>	0,0%	44,0%	56,0%	<b>1,9%</b>	0,0%	50,0%	50,0%	<b>2,0%</b>
Quadri	1,4%	62,9%	35,7%	<b>5,2%</b>	3,1%	63,1%	33,8%	<b>5,0%</b>	0,0%	63,9%	36,1%	<b>5,7%</b>
Impiegati	9,3%	60,8%	29,9%	<b>25,7%</b>	12,9%	60,2%	26,8%	<b>26,6%</b>	8,0%	62,7%	29,3%	<b>26,8%</b>
Operai e intermedi	12,0%	46,1%	41,9%	<b>67,0%</b>	10,9%	47,7%	41,4%	<b>66,5%</b>	9,7%	48,2%	42,1%	<b>65,5%</b>
<b>Totale</b>	<b>10,5%</b>	<b>50,6%</b>	<b>38,9%</b>	<b>100%</b>	<b>10,9%</b>	<b>51,7%</b>	<b>37,4%</b>	<b>100%</b>	<b>8,5%</b>	<b>53,0%</b>	<b>38,5%</b>	<b>100%</b>

## DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	al 30 giugno 2021			al 30 giugno 2022			al 30 giugno 2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	2	1	<b>3</b>	3	1	<b>4</b>	2	1	<b>3</b>
Operai e intermedi	12	24	<b>36</b>	15	25	<b>40</b>	16	25	<b>41</b>
<b>Totale</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>39</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>44</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>44</b>

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER GENERE E FASCE D'ETÀ - %

Genere	al 30 giugno 2021				al 30 giugno 2022				al 30 giugno 2023			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
Uomini	0%	14%	71%	<b>86%</b>	0%	17%	67%	<b>83%</b>	0%	15%	71%	<b>86%</b>
Donne	0%	14%	0%	<b>14%</b>	0%	17%	0%	<b>17%</b>	0%	14%	0%	<b>14%</b>
<b>Totale</b>	<b>0%</b>	<b>29%</b>	<b>71%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>33%</b>	<b>67%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>29%</b>	<b>71%</b>	<b>100%</b>

**DISCLOSURE 401-1 Nuovi dipendenti assunti e Turnover**
**NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI (HEADCOUNT)**

Genere	al 30 giugno 2021				al 30 giugno 2022				al 30 giugno 2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomini	27	52	53	<b>132</b>	25	53	51	<b>129</b>	29	77	64	<b>170</b>
Donne	25	215	417	<b>657</b>	37	202	410	<b>649</b>	33	219	433	<b>685</b>
<b>Totale</b>	<b>52</b>	<b>267</b>	<b>470</b>	<b>789</b>	<b>62</b>	<b>255</b>	<b>461</b>	<b>778</b>	<b>62</b>	<b>296</b>	<b>497</b>	<b>855</b>

**TURNOVER (HEADCOUNT)**

Genere	al 30 giugno 2021				al 30 giugno 2022				al 30 giugno 2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomini	23	53	70	<b>146</b>	25	57	74	<b>156</b>	38	66	78	<b>182</b>
Donne	23	226	441	<b>690</b>	26	195	433	<b>654</b>	36	227	436	<b>699</b>
<b>Totale</b>	<b>46</b>	<b>279</b>	<b>511</b>	<b>836</b>	<b>51</b>	<b>252</b>	<b>507</b>	<b>810</b>	<b>74</b>	<b>293</b>	<b>514</b>	<b>881</b>

**DISCLOSURE 404-1 Numero di ore di formazione pro-capite medie annue per genere e inquadramento**
**ORE DI FORMAZIONE OBBLIGATORIA TOTALI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE**

Categoria professionale	al 30 giugno 2023								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	24	24	1,00	12	2	6,00	36	26	1,38
Quadri	176	58	3,03	70	14	5,00	246	72	3,42
Impiegati	614	179	3,43	452	158	2,86	1.066	337	3,16
Operai	3.033	404	7,51	2.149	424	5,07	5.181	828	6,26
<b>Totale</b>	<b>3.846</b>	<b>665</b>	<b>5,78</b>	<b>2.683</b>	<b>598</b>	<b>4,49</b>	<b>6.529</b>	<b>1.263</b>	<b>5,17</b>
Categoria professionale	al 30 giugno 2022								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	12	23	0,52	12	2	6,00	24	25	0,96
Quadri	66	53	1,25	44	12	3,67	110	65	1,69
Impiegati	485	186	2,61	310	161	1,93	795	347	2,29
Operai	1.432	419	3,42	2.079	451	4,61	3.511	870	4,04
<b>Totale</b>	<b>1.995</b>	<b>681</b>	<b>2,93</b>	<b>2.445</b>	<b>626</b>	<b>3,91</b>	<b>4.440</b>	<b>1.307</b>	<b>3,40</b>

Categoria professionale	al 30 giugno 2021								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	22	24	0,90	-	3	0,00	22	27	0,80
Quadri	306	61	5,02	94	9	10,44	400	70	5,71
Impiegati	991	191	5,19	634	153	4,14	1.625	344	4,72
Operai	2.936	431	6,81	2.668	464	5,75	5.604	895	6,26
<b>Totale</b>	<b>4.255</b>	<b>707</b>	<b>6,02</b>	<b>3.396</b>	<b>629</b>	<b>5,40</b>	<b>7.650</b>	<b>1.336</b>	<b>5,73</b>

## ORE DI FORMAZIONE NON OBBLIGATORIA TOTALI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	al 30 giugno 2023								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	389	24	16,21	33	2	16,50	422	26	16,23
Quadri	1.123	58	19,36	234	14	16,71	1.357	72	18,85
Impiegati	1.776	179	9,92	1.842	158	11,66	3.618	337	10,74
Operai	2.606	404	6,45	961	424	2,27	3.567	828	4,31
<b>Totale</b>	<b>5.894</b>	<b>665</b>	<b>8,86</b>	<b>3.070</b>	<b>598</b>	<b>5,13</b>	<b>8.964</b>	<b>1.263</b>	<b>7,10</b>

Categoria professionale	al 30 giugno 2022								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	318	23	13,80	80	2	40,00	398	25	15,90
Quadri	407	53	7,68	37	12	3,08	444	65	6,83
Impiegati	1.845	186	9,92	1.927	161	11,97	3.772	347	10,87
Operai	3.337	419	7,96	1.072	451	2,38	4.408	870	5,07
<b>Totale</b>	<b>5.906</b>	<b>681</b>	<b>8,67</b>	<b>3.116</b>	<b>626</b>	<b>4,98</b>	<b>9.022</b>	<b>1.307</b>	<b>6,90</b>

Categoria professionale	al 30 giugno 2021								
	N. Ore Uomini	Totale dipendenti uomini	N. ore pro-capite uomini	N. Ore Donne	Totale dipendenti donne	N. ore pro-capite donne	N. Ore Totali	Totale dipendenti	N. ore pro-capite
Dirigenti	534	24	22,25	192	3	64,00	726	27	26,89
Quadri	674	61	11,05	119	9	13,22	793	70	11,33
Impiegati	1.355	191	7,09	1.079	153	7,05	2.433	344	7,07
Operai	2.560	431	5,94	676	464	1,46	3.236	895	3,62
<b>Totale</b>	<b>5.123</b>	<b>707</b>	<b>7,25</b>	<b>2.066</b>	<b>629</b>	<b>3,28</b>	<b>7.188</b>	<b>1.336</b>	<b>5,38</b>

## DISCLOSURE 2-21 Tasso annuo di compensazione totale

### TASSO ANNUO DI COMPENSAZIONE TOTALE<sup>18</sup>

Tasso	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Variazione percentuale della retribuzione totale annua della persona più pagata	-37,5%	-30,7%	188,5%
Variazione percentuale del valore mediano della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (escluso la persona più pagata)	0,88	2,28%	8,16%
<b>Rapporto di retribuzione</b>	<b>17,48</b>	<b>11,85</b>	<b>31,61</b>
<b>Rapporto della variazione percentuale annua</b>	<b>-42,85</b>	<b>-13,47</b>	<b>23,10</b>

## DISCLOSURE 2-30 Accordi di contrattazione collettiva

### PERCENTUALE DIPENDENTI INCLUSI IN ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

Totale dipendenti inclusi	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Totale numero dipendenti	1.304	1.269	1.263
Numero dipendenti con contratti collettivi di lavoro <sup>19</sup>	1.217	1.194	1.153
<b>Totale percentuale</b>	<b>93%</b>	<b>94%</b>	<b>91%</b>

## DISCLOSURE 202-1 Rapporto tra i salari base standard per genere rispetto al minimo locale

### RAPPORTO TRA I SALARI BASE STANDARD PER GENERE RISPETTO AL MINIMO LOCALE<sup>20</sup>

	al 30 giugno 2021		al 30 giugno 2022		al 30 giugno 2023	
<b>Rapporto</b>	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2

<sup>18</sup>La retribuzione totale annua comprende lo stipendio base in forma di RAL annualizzata al 30 giugno, i bonus previsti e l'LTi cash previsto. Sono esclusi gli straordinari e altre componenti legate a fattori non strutturali della retribuzione. L'individuo più pagato nel corso degli esercizi 2020/2021 e 2022/2023 è l'Amministratore Delegato, mentre per il 2021/2022, in assenza di un AD, si è considerato il Top Manager con retribuzione più elevata.

<sup>19</sup>Per le società italiane, i dipendenti rientrano in: Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) per Industria Alimentare, CCNL per dirigenti di Aziende produttrici di bene e servizi, e accordi collettivi aziendali dei vari siti produttivi. Per *Bauli India* è definita un accordo a lungo termine per rispondere alle richieste dei lavoratori riguardo a migliori condizioni di lavoro e salari che li aiutino a far fronte all'inflazione, soddisfare i bisogni di base e garantire un tenore di vita dignitoso per le loro famiglie. Per i dipendenti che non rientrano in un contratto collettivo di categoria, le condizioni di lavoro sono determinate dall'organizzazione in base a policy e benchmark retributivi. Per *Bauli France* tutti i dipendenti rientrano nel Commerce De Gros. Per *Bauli Slovakia e Czech Republic*, i dipendenti non rientrano in accordi collettivi. L'azienda rispetta diligentemente le leggi sul lavoro, garantendo che i diritti dei dipendenti, inclusi il salario minimo, i giorni di ferie previsti e il compenso per i pasti durante l'orario di lavoro, siano pienamente rispettati. *Bauli USA e Bauli Singapore* sono state considerate non significative da includere.

<sup>20</sup>Riferimento alla nota 20 per i dettagli sulle localizzazioni significative delle attività del Gruppo ed i corrispondenti contratti collettivi applicati.



DISCLOSURE 403-9 Infortuni sul lavoro<sup>21</sup>

## INFORTUNI DEI DIPENDENTI

Numero di infortuni	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi) <sup>22</sup>	0	2	1
<b>Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>30</b>
Ore lavorate	2.775.145	2.748.252	2.452.946

## TASSO DI DECESSI E TASSI DI INFORTUNIO DEI DIPENDENTI

Tassi	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-	-
Tasso di infortune gravis ul lavoro (escludendo I decessi) <sup>23</sup>	-	0,7	0,4
Tasso di infortune sul lavoro registrabili	15,1	12,4	12,2

## PRINCIPALI TIPOLOGIE DI INFORTUNIO DEI DIPENDENTI

Tipologie	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Contusione, ferita, schiacciamento	35	25	23
Frattura, perdita anatomica, ustione	4	2	2
Distorsione, distrazione lesione da sforzo	3	7	5

<sup>21</sup> I dati relativi alla Salute e Sicurezza non includono i collaboratori esterni e altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, in considerazione della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo non esercita un controllo diretto. Il Gruppo valuta di approfondire l'analisi raccogliendo i dati presso i datori di lavoro dei collaboratori esterni e dei fornitori che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, valutando la qualità e l'accuratezza di tali dati.

I dati relativi agli infortuni del 2021 e del 2022 per Bauli India sono state ricalcolate alla luce di una metodologia di calcolo aggiornata. In particolare, sono stati esclusi dal calcolo i dipendenti che hanno ricevuto solo un trattamento di primo soccorso in azienda che non ha comportato assenza dal lavoro. Per i dati precedentemente pubblicati, si prega di fare riferimento al Bilancio di 2022.

<sup>22</sup> Infortuni sul lavoro che hanno portato a un danno da cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

<sup>23</sup> Infortuni sul lavoro che hanno portato a un danno da cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

## RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

DISCLOSURE 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume<sup>24</sup>

## MATERIE PRIME ALIMENTARI

Materie prime rinnovabili <sup>25</sup>				
Tipologia di consumo	Unità di misura	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Farina	Kg	54.710.826	56.199.460	55.222.715
Zucchero	Kg	17.196.084	17.677.239	16.576.635
Burro e grassi vegetali	Kg	14.801.191	15.323.401	16.240.934
Uova	Kg	10.275.503	11.025.236	10.079.461
Cacao	Kg	2.918.405	3.216.300	3.360.680
Frutta secca (uvetta sultanina, mandorle e nocciole)	Kg	2.407.543	2.672.964	2.534.094
Aromi e coagulanti alimentari	Kg	469.898	502.654	799.791
Altre materie prime rinnovabili	Kg	808.367	875.242	704.859

## PACKAGING E ALTRI MATERIALI

Materiali rinnovabili <sup>26</sup>				
Tipologia di consumo	Unità di misura	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
Carta	Kg	27.121.910	28.874.236	28.685.375
Materiali non rinnovabili <sup>27</sup>				
Plastica - polipropilene	Kg	3.740.979	3.775.727	3.685.112
Plastica - polietilene	Kg	427.079	494.478	526.384
Plastica - PET	Kg	78.048	100.982	108.849
Altre tipologie di plastiche	Kg	58.731	66.291	60.693
Metallo (banda stagnata)	Kg	87.000	57.000	53.193
Altre tipologie di materiali non rinnovabili	Kg	97.061	150.817	122.635
<b>Totale materiali rinnovabili</b>	<b>Kg</b>	<b>130.709.728</b>	<b>136.366.731</b>	<b>134.204.543</b>
<b>Totale materiali non rinnovabili</b>	<b>Kg</b>	<b>4.488.898</b>	<b>4.645.295</b>	<b>4.556.867</b>

<sup>24</sup>Il perimetro dei dati relativi al volume totale dei materiali utilizzati include gli stabilimenti produttivi in Italia e lo stabilimento indiano. Sono esclusi dal perimetro di rendicontazione dei dati sull'approvvigionamento dei materiali le sedi commerciali di Bauli France e Bauli Slovakia and Czech Republic per le quali tali consumi non sono considerati significativi.

<sup>25</sup>Con materiali rinnovabili si intende materiale derivante da risorse abbondanti che si ricostituiscono rapidamente tramite cicli ecologici o processi agricoli così che i servizi forniti da queste e da altre risorse correlate non vengano compromessi e restino disponibili per le generazioni future.

<sup>26</sup>Con materiali rinnovabili si intende materiale derivante da risorse abbondanti che si ricostituiscono rapidamente tramite cicli ecologici o processi agricoli così che i servizi forniti da queste e da altre risorse correlate non vengano compromessi e restino disponibili per le generazioni future.

<sup>27</sup>Con materiali non rinnovabili si intendono risorse che non si rigenera in brevi periodi di tempo. Esempi di risorse non rinnovabili comprendono minerali, metalli, petrolio, gas o carbone.

## DISCLOSURE 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione

## CONSUMO ENERGETICO ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Tipologia di consumo	Unità di misura	al 30 giugno 2021		al 30 giugno 2022		al 30 giugno 2023	
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
<b>Combustibili non rinnovabili</b>			<b>673.406</b>		<b>665.002</b>		<b>634.941</b>
Gas naturale	Smc	16.591.937	<b>657.479</b>	16.210.380	<b>643.792</b>	15.253.006	<b>611.558</b>
<i>di cui per impianti di cogenerazione e trigenerazione</i>	Smc	8.382.388	<b>332.164</b>	7.808.247	<b>310.103</b>	7.017.714	<b>281.370</b>
<i>di cui per altri usi</i>	Smc	8.209.549	<b>325.315</b>	8.402.133	<b>333.689</b>	8.235.292	<b>330.188</b>
Gasolio per riscaldamento	litri	3.293	<b>127</b>	3.819	<b>148</b>	2.902	<b>111</b>
GPL per produzione	Smc	124.364	<b>11.235</b>	177.810	<b>16.066</b>	197.335	<b>17.835</b>
Benzina per autotrazione	litri	1.855	<b>63</b>	624	<b>21</b>	209	<b>7</b>
Diesel per autotrazione	litri	118.142	<b>4.501</b>	130.278	<b>4.975</b>	143.603	<b>5.431</b>
<b>Energia elettrica</b>		<b>25.480.748</b>	<b>91.731</b>	<b>26.544.285</b>	<b>95.559</b>	<b>28.317.132</b>	<b>101.942</b>
<b>Energia elettrica acquistata</b>	<b>kWh</b>	<b>25.785.676</b>	<b>92.828</b>	<b>26.745.419</b>	<b>96.284</b>	<b>27.958.779</b>	<b>100.652</b>
<i>di cui da fonti non rinnovabili</i>	kWh	3.625.324	<b>13.051</b>	4.489.619	<b>16.163</b>	4.445.146	<b>16.003</b>
<i>di cui da fonti rinnovabili</i>	kWh	22.160.352	<b>79.777</b>	22.255.800	<b>80.121</b>	23.513.633	<b>84.649</b>
<b>Energia elettrica autoprodotta da impianti fotovoltaici</b>	<b>kWh</b>	-	-	-	-	<b>465.529</b>	<b>1.676</b>
<b>Energia elettrica autoprodotta ceduta in rete</b>	<b>kWh</b>	<b>304.928</b>	<b>1.098</b>	<b>201.134</b>	<b>724</b>	<b>107.176</b>	<b>386</b>
<i>di cui da fonti rinnovabili - prodotta da impianti fotovoltaici</i>	kWh	-	-	-	-	94.260	<b>339</b>
<i>da fonti non rinnovabili - prodotta da impianti di cogenerazione e trigenerazione a metano</i>	kWh	304.928	<b>1.098</b>	201.134	<b>724</b>	12.916	<b>46</b>
<b>Totale consumi energetici</b>	<b>GJ</b>		<b>765.136</b>		<b>760.562</b>		<b>736.883</b>
Energia rinnovabile	GJ		79.777		80.121		85.986
Energia non rinnovabile	GJ		685.359		680.441		650.897
<b>Energia rinnovabile sul totale (%)</b>	<b>GJ</b>		<b>10,43%</b>		<b>10,53%</b>		<b>11,67%</b>

## INDICATORI DI PRESTAZIONE (KPIs)

### FATTORI DI CONVERSIONE IN GJ

Unità di partenza	Unità di conversione	2020-2021	2021-2022	2022-2023	Fonte
Energia Elettrica / Termica	GJ/kWh	0,0036	0,0036	0,0036	Costante
Gas naturale	GJ/1000smc	39,626	39,715	40,094	
Gas naturale (Densità)	kg/m3	0,8	0,8	0,8	
Gas metano (CNG) per autotrazione	GJ/ton	49,60	49,89	50,43	
Gas metano (CNG) per autotrazione (Densità)	kg/m3	175	175	175	
Gasolio per riscaldamento	GJ/ton	45,286	45,286	45,286	
Gasolio (Densità)	kg/litri	0,85	0,85	0,84	DEFRA 2020, DEFRA 2021, DEFRA 2023
Gasolio per autotrazione	GJ/ton	45,321	45,127	45,412	
Gasolio (Densità)	kg/litri	0,84	0,85	0,83	
GPL	GJ/ton	49,327	49,333	49,346	
GPL(Densità)	kg/m3	529,25	529,749	531,098	
GPL (Densità)	kg/litri	0,53	0,53	0,53	
Benzina senza piombo per autotrazione	GJ/ton	46,211	46,176	45,577	
Benzina senza piombo (Densità)	kg/litri	0,74	0,74	0,75	

### DISCLOSURE 302-3 Intensità energetica<sup>28</sup>

	Unità di misura	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Totale consumo energia	GJ	777.330	774.692	736.803
Total volumi prodotti	ton	111.603	116.585	111.789
<b>Indice intensità energetica</b>	<b>GJ/ton</b>	<b>6.965</b>	<b>6.645</b>	<b>6.591</b>

<sup>28</sup>L'indicatore esprime i dati relativi alle società di produzione del Gruppo Bauli, include Bauli SpA, Dacasto Gran Pasticceria, Alpipan e Bauli India.

## DISCLOSURE 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

## DISCLOSURE 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)

EMISSIONI di SCOPE 1 e SCOPE 2 (tCO<sub>2</sub>e)<sup>29</sup>

Fonti di emissione	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
<b>SCOPE 1</b>	<b>35.170</b>	<b>34.786</b>	<b>32.391</b>
Gas naturale	34.182	33.486	31.092
Gasolio per riscaldamento	9	11	8
GPL per produzione	669	957	926
Benzina per autotrazione	4	1	-
Diesel per autotrazione	306	330	365
<b>SCOPE 2</b>			
Energia elettrica - Location based	9.667	9.690	10.141
Energia elettrica - Market based	2.343	2.832	2.852
<b>TOTALE EMISSIONI (SCOPE 1 + SCOPE 2 - Location based)</b>	<b>44.838</b>	<b>44.476</b>	<b>42.532</b>
<b>TOTALE EMISSIONI (SCOPE 1 + SCOPE 2 - Market based)</b>	<b>37.513</b>	<b>37.618</b>	<b>35.243</b>

## FATTORI DI EMISSIONE

Unità di partenza	Unità di conversione	2020-2021	2021-2022	2022-2023	Fonte
Energia Elettrica (Location based) - Italia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,336	0,315	0,315	Scope 1: DEFRA 2020, 2021, 2023. Scope 2 Location-based: TERNA 2018 e 2019. Scope 2 Market-based AIB European Residual Mixes 2019, 2020, 2023 o TERNA 2017, 2018, 2019 per le nazioni non presenti nel European Residual Mixes.
Energia Elettrica (Location based) - India	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,709	0,684	0,684	
Energia Elettrica (Location based) - Slovacchia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,196	0,188	0,188	
Energia Elettrica (Location based) - Francia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,056	0,056	0,056	
Energia Elettrica (Market based) - Italia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,466	0,459	0,457	
Energia Elettrica (Market based) - India	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,709	0,684	0,684	
Energia Elettrica (Market based) - Slovacchia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,189	0,218	0,187	
Energia Elettrica (Market based) - Francia	kgCO <sub>2</sub> /kWh	0,043	0,059	0,125	
Gas naturale	tCO <sub>2</sub> e/m <sup>3</sup>	0,00202	0,00202	0,00204	
GPL	tCO <sub>2</sub> e/ton	2,93881	2,93929	2,56257	
Benzina	tCO <sub>2</sub> e/ton	2,94205	2,94762	3,15408	
Gasolio per autotrazione	tCO <sub>2</sub> e/ton	3,02861	2,96907	3,01565	
Gasolio per riscaldamento	tCO <sub>2</sub> e/ton	3,22934	3,23028	3,22658	

DISCLOSURE 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)<sup>30</sup>

	Unità di conversione	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Totale emissioni (Scope 1 + Scope 2 - Location based)	tCO <sub>2</sub> e	44.837	44.379	42.528
Totale volumi prodotti	ton	111.603	116.585	111.789
<b>Indice intensità emissioni GHG</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e/ton</b>	<b>0,402</b>	<b>0,381</b>	<b>0,380</b>

<sup>29</sup> I GRI Sustainability Reporting Standards prevedono due metodologie di calcolo delle emissioni di Scope 2, il "Location-based method" e il "Market-based method". Per il calcolo delle emissioni di Scope 2, in linea con i GRI Sustainability Reporting Standards, sono state utilizzate entrambe le metodologie di calcolo. Il Market-based si basa sulle emissioni di CO<sub>2</sub> emesse dai fornitori di energia da cui l'organizzazione acquista, tramite un contratto, energia elettrica e può essere calcolato considerando: certificati di Garanzia di Origine dell'energia e contratti diretti con i fornitori, fattori di emissione specifici del fornitore, fattori di emissione relativi al "residual mix", ovvero all'energia e alle emissioni non monitorate o non reclamatione (fonte: AIB - European Residual Mixes). Per l'India (non presente negli European Residual Mixes) è stato utilizzato il fattore Terna Confronti Internazionali. Il metodo Location-based è basato su fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia per confini geografici ben definiti, tra cui confini locali, subnazionali o nazionali (fonte: Terna Confronti Internazionali). Le emissioni di Scope 2 calcolate con il metodo Location-based e Market-based sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO<sub>2</sub> equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

<sup>30</sup> L'indicatore esprime i dati relativi alle società di produzione del Gruppo Bauli, include Bauli SpA, Dacasto Gran Pasticceria, Alpipan e Bauli India.

**DISCLOSURE 303-3 Prelievo idrico**
**PRELIEVO IDRICO<sup>31</sup>**

Fonte del prelievo	Unità di misura	al 30 giugno 2021		al 30 giugno 2022		al 30 giugno 2023	
		Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico
<b>Acque di superficie (totale)</b>	Megalitri	<b>15,1</b>	<b>15,1</b>	<b>13,8</b>	<b>13,8</b>	<b>14,8</b>	<b>14,7</b>
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	15,1	15,1	13,8	13,8	14,8	14,7
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Acque sotterranee (totale)</b>	Megalitri	<b>279,5</b>	<b>1,8</b>	<b>268,9</b>	<b>1,8</b>	<b>274,9</b>	<b>1,7</b>
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	279,5	1,8	268,9	1,8	274,9	1,7
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Risorse idriche di terze parti (totale)</b>	Megalitri	<b>15,0</b>	<b>13,1</b>	<b>17,8</b>	<b>14,3</b>	<b>17,7</b>	<b>13,7</b>
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	15,0	13,1	17,8	14,3	17,7	13,7
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Totale prelievo d'acqua</b>	Megalitri	<b>309,5</b>	<b>30,0</b>	<b>300,4</b>	<b>29,9</b>	<b>307,3</b>	<b>30,2</b>

**DISCLOSURE 303-4 Scarico idrico**
**SCARICO IDRICO<sup>32</sup>**

Tipologia di scarico	Unità di misura	al 30 giugno 2021		al 30 giugno 2022		al 30 giugno 2023	
		Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree a stress idrico
<b>Acque di superficie (totale)</b>	Megalitri	<b>13,0</b>	<b>13,0</b>	<b>16,8</b>	<b>16,8</b>	<b>17,9</b>	<b>17,9</b>
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	13,0	13,0	16,8	16,8	17,9	17,9
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Risorse idriche di terze parti (totale)</b>	Megalitri	<b>136,2</b>	<b>5,8</b>	<b>139,0</b>	<b>5,3</b>	<b>155,7</b>	<b>5,1</b>
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	136,2	5,8	139,0	5,3	155,7	5,1
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Totale scarichi d'acqua</b>	Megalitri	<b>149,2</b>	<b>18,8</b>	<b>155,8</b>	<b>22,1</b>	<b>173,7</b>	<b>23,1</b>

<sup>31,32</sup>Per la definizione delle aree a stress idrico è stato utilizzato Aqeduct, strumento del WRI è disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/our-work/project/aqueduct>. Per l'analisi, sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna "baseline water stress", includendo le classi pari o superiori al livello "Medium-High Risk".

## DISCLOSURE 306-3 Rifiuti prodotti

## RIFIUTI PRODOTTI

Tipologia di rifiuti	Unità di misura	al 30 giugno 2021	al 30 giugno 2022	al 30 giugno 2023
<b>Rifiuti non pericolosi</b>				
Imballaggi in carta e cartone	ton	2.185	2.653	2.386
Imballaggi in plastica	ton	173	192	232
Imballaggi in materiali misti	ton	560	633	718
Fanghi prodotti dal trattamento in loco degli effluenti	ton	1.680	1.300	911
Scarti di lavorazione alimentare	ton	399	206	321
Altri rifiuti non pericolosi	ton	436	661	414
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>ton</b>	<b>5.433</b>	<b>5.645</b>	<b>4.984</b>
<b>Rifiuti pericolosi</b>				
<b>Rifiuti pericolosi</b>	<b>ton</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>9</b>
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>%</b>	<b>0,21%</b>	<b>0,11%</b>	<b>0,19%</b>
<b>Percentuale pericolosi sul totale</b>	<b>ton</b>	<b>5.444</b>	<b>5.651</b>	<b>4.993</b>

DISCLOSURE 306-4 & 306-5 Rifiuti non conferiti o conferiti in discarica<sup>33</sup>

Tipologia di rifiuti al 30 giugno 2023	Unità di misura	Rifiuti non conferiti in discarica	Rifiuti conferiti in discarica
Imballaggi in carta e cartone	ton	2.164	223
Imballaggi in plastica	ton	166	66
Imballaggi in materiali misti	ton	656	62
Fangli provenienti dal trattamento in loco delle acque reflue	ton	911	-
Rifiuti da lavorazioni alimentari	ton	103	218
Altri rifiuti non pericolosi	ton	358	56
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>ton</b>	<b>4.358</b>	<b>626</b>
Rifiuti pericolosi	ton	8	1
<b>Totale rifiuti</b>	<b>ton</b>	<b>4.366</b>	<b>627</b>

<sup>33</sup>Totale rifiuti non conferiti o conferiti a discarica è classificato in conformità al Decreto Legislativo 152/06.

## INDICATORI DI PRESTAZIONE (KPIS)

### PESO TOTALE DEI RIFIUTI NON DESTINATI ALLO SMALTIMENTO IN BASE ALLE OPERAZIONI DI RECUPERO<sup>34</sup>

Operazioni di recupero	Al 30 giugno 2023		
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
<b>Rifiuti pericolosi</b>			
Preparazione per il riutilizzo	-	8	8
Riciclo	-	-	-
<b>Rifiuti non pericolosi</b>			
Preparazione per il riutilizzo	-	1.613	1.613
Reciclo	-	2.745	2.745
<b>Totale</b>	-	4.366	4.366

### PESO TOTALE DEI RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO IN BASE ALLE OPERAZIONI DI SMALTIMENTO<sup>35</sup>

Operazioni di smaltimento	Al 30 giugno 2023		
	In loco	Presso un sito esterno	Totale
<b>Rifiuti pericolosi</b>			
Preparazione per lo smaltimento	-	0,7	0,7
Discarica	-	0,3	0,3
<b>Rifiuti non pericolosi</b>			
Preparazione per lo smaltimento	-	619	619
Discarica	-	7	7
<b>Total</b>	-	627	627

<sup>34</sup>Preparazione per il riutilizzo fa riferimento allo stoccaggio dei rifiuti per il successivo trattamento in base ad una delle attività definite come Operazioni di riutilizzo D.Lgs. 152/06, allegato C.

<sup>35</sup>Totale rifiuti conferiti in discarica classificato in base alle disposizioni del Decreto Legislativo 152/06. Preparazione per lo smaltimento fa riferimento alle attività preliminari di raggruppamento e ricondizionamento dei rifiuti per il successivo conferimento in base alle Disposizioni Operative del D.Lgs. 152/06, allegato B.



# ANALISI DEGLI IMPATTI E DELLE TEMATICHE MATERIALI

## INDICE DEI CONTENUTI GRI

<b>Dichiarazione di utilizzo</b>	Il Gruppo Bauli ha realizzato il presente Bilancio di sostenibilità in conformità agli Standard GRI per il periodo dal 1° luglio 2022 al 30 giugno 2023
<b>GRI 1 utilizzati</b>	GRI 1: Principi di rendicontazione (2021)
<b>Standard GRI Settoriali applicabili</b>	N/A

GRI Standard	Informativa	Pagina	Omissione
<b>GENERAL DISCLOSURES</b>			
<b>GRI 2: Informativa Generale (2021)</b>	2-1 Dettagli relativi all'organizzazione	10-11	
	2-2 Soggetti inclusi nel report di sostenibilità dell'organizzazione	105	
	2-3 Periodo, frequenza di rendicontazione e contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	105	
	2-4 Revisione delle informazioni	105	
	2-5 Assurance esterna	105	
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni di business	10-11; 14	
	2-7 Dipendenti	90-91; 106-108	
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	90; 108	
	2-9 Struttura e composizione della Governance	22-25	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	24	
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	24	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	38	
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	38	
	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	38	
	2-15 Conflitti di interesse	25	
	2-16 Comunicazione delle criticità	29	
	2-17 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	38	
	2-18 Valutazioni delle prestazioni del massimo organo di governo	38	
	2-19 Politiche di remunerazione	25	
	2-20 Processo per la determinazione della remunerazione	25	
	2-21 Tasso annuo di compensazione totale	112	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	6-7	
	2-23 Impegni di policy	27-28	
	2-24 Integrazione degli impegni di policy	28-29	
	2-25 Processi per porre rimedio agli impatti negativi	40-41	
	2-26 Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	28	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 non si sono registrate multe o sanzioni significative per il mancato rispetto di leggi e regolamenti.	
	2-28 Adesione ad associazioni	La società capogruppo Bauli S.p.A. aderisce a Confindustria.	
	2-29 Approccio allo stakeholder engagement	35-36	
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	112	

GRI Standard	Informativa	Pagina	Omissione
<b>TEMATICHE MATERIALI</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-1 Processo per determinare le tematiche materiali	36-37	
	3-2 Lista delle tematiche materiali	40-41	
<b>Tematica materiale: Etica, integrità nel business e anti-corrruzione</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	27-29	
<b>GRI 205: Anticorrruzione (2016)</b>	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 non si sono registrati casi di corruzione e/o segnalazioni in merito.	
<b>GRI 206: Comportamento anticoncorren- ziale (2016)</b>	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 non si sono registrate azioni legali contro il Gruppo con riferimento a pratiche anti-competitive e/o violazioni di regolamentazioni in tema di anti-trust e pratiche monopolistiche.	
<b>GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016)</b>	407-1 Attività e fornitori presso i quali il diritto alla libertà di associazione e di contrattazione collettiva potrebbero essere a rischio	Nel corso dell'esercizio 2022/2023, è stato intrapreso un processo di screening dei fornitori, che renderà più precisa l'identificazione nei prossimi anni. Alla data del presente esercizio non sono stati identificati attività o fornitori presso i quali la libertà di associazione e di contrattazione collettiva possano essere a rischio.	
<b>GRI 408: Lavoro minorile (2016)</b>	408-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Nel corso dell'esercizio 2022/2023, è stato intrapreso un processo di screening dei fornitori, che renderà più precisa l'identificazione nei prossimi anni. Alla data del presente esercizio non sono stati identificati attività o fornitori che presentino un rischio significativo di episodi di lavoro minorile.	
<b>GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016)</b>	409-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Nel corso dell'esercizio 2022/2023, è stato intrapreso un processo di screening dei fornitori, che renderà più precisa l'identificazione nei prossimi anni. Alla data del presente esercizio non sono stati identificati attività o fornitori che presentino un rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio.	
<b>GRI 418: Privacy dei clienti (2016)</b>	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 si è verificato 1 incidente di violazione dei dati con conseguente notifica all'Autorità di vigilanza. L'evento non ha comportato alcuna violazione della privacy dei clienti e/o perdita di dati dei clienti.	
<b>Tematica materiale: Performance economica</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	30	
<b>GRI 201: Performance economiche (2016)</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	30-31; 108	

GRI Standard	Informativa	Pagina	Omissione
<b>Tematica materiale: Tutela dei consumatori e sicurezza alimentare</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	44-53	
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)</b>	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Nel corso dell'esercizio 2022/2023, il 100% delle categorie significative di prodotti e servizi è stato attentamente valutato per assicurare ai propri clienti adeguate garanzie di igiene e sicurezza alimentare.	
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 non si sono registrati casi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.	
<b>Tematica materiale: Consumi energetici, emissioni e Climate Change</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	76-80	
<b>GRI 302: Energia (2016)</b>	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	76-77; 115-116	
	302-3 Intensità energetica	79; 116	
<b>GRI 305: Emissioni (2016)</b>	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	77-78; 117	
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	77-78; 117	
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	79; 117	
<b>Tematica materiale: Gestione degli scarti ed economia circolare</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	82-84	
<b>GRI 306: Rifiuti (2020)</b>	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi relativi ai rifiuti	82-84	
	306-2 Gestione di impatti significativi relativi ai rifiuti	82-84	
	306-3 Rifiuti prodotti	82; 119	
	306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	82-83; 119-120	
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	82-83; 119-120	
<b>Tematica materiale: Packaging sostenibile</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	84-85	
<b>GRI 301: Materiali (2016)</b>	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	84-85; 114	

## INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI Standard	Informativa	Pagina	Omissione	
<b>Tematica materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori</b>				
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	94-96		
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	95		
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	95		
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	95		
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	95-96		
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	96		
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	96		
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	95-96		
	403-9 Infortuni sul lavoro	113		
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	94-96		
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	95		
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	95		
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	95		
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	95-96		
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	96		
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	96		
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	95-96		
	403-9 Infortuni sul lavoro	113		
<b>Tematica materiale: Diversità, inclusione e pari opportunità</b>				
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	90		
	<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)</b>	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	91; 109	
		<b>GRI 406: Non discriminazione (2016)</b>	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel corso dell'esercizio 2022/2023 non si sono registrati episodi di discriminazione all'interno dell'azienda.
<b>Tematica materiale: Formazione, sviluppo e benessere e dei lavoratori</b>				
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	98-99		
	<b>GRI 202: Presenza sul mercato (2016)</b>	202-1 Rapporto tra i salari base standard per genere rispetto al salario minimo locale	112	
<b>GRI 401: Occupazione (2016)</b>		401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	92-93; 110	
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	100-102		
<b>GRI 404: Formazione e istruzione (2016)</b>	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	98-99; 110-111		

GRI Standard	Informativa	Pagina	Omissione
<b>Tematica materiale: Gestione responsabile della catena di fornitura</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	70-71	
<b>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)</b>	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	71	
<b>GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)</b>	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	71	
<b>Tematica materiale: Qualità e sostenibilità delle materie prime</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	62-66	
<b>GRI 301: Materiali (2016)</b>	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	68-69; 114	
<b>GRI 304: Biodiversità (2016)</b>	304-2 Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	62-66; 86	L'indicatore è coperto solo per il punto A.
<b>Tematica materiale: Marketing e comunicazione responsabili</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	58-59	
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)</b>	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	59	
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	59	
<b>Tematica materiale: Corretta nutrizione e benessere del consumatore</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	48-49	
<b>Tematica materiale: Innovazione di processo e di prodotto, R&amp;D</b>			
<b>GRI 3: Tematiche Materiali (2021)</b>	3-3 Gestione della tematica materiale	54-55; 75	
<b>Tematica non materiale: Acqua</b>			
<b>GRI 303: Acqua ed Effluenti (2021)</b>	303-3 Prelievo idrico	114	
	303-4 Scarico idrico	114	

BAULI S.p.A.  
Via Giuseppe Verdi, 31 – 37060 Castel D’Azzano (VR) – Italy  
T. +39 045 8288311 | Pec. bauli@pec.bauli.it | www.bauligroup.com

*-1922-*  
*Bauli*