

2022

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



OROPAN Spa

INDICE

Nota metodologica	04
Lettera agli stakeholder	08
I principali fatti societari	12
1. CHI SIAMO	16
1.1 L'Azienda	18
1.2 Vision, Mission e Filosofia	26
1.2.1 I valori di Oropan	30
1.3 I prodotti	32
2. SOSTENIBILITÀ E CULTURA AZIENDALE	40
2.1 L'analisi di materialità	42
2.2 Il coinvolgimento degli stakeholder	50
2.3 La strategia di sostenibilità	54
2.4 Il sistema di certificazioni	60
3. GOVERNANCE, ETICA E INTEGRITÀ	66
3.1 La governance di Oropan	68
3.2 Gli organi di governance	72
3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	78
3.3.1 Etica ed integrità di business	83
3.3.2 Il MOGC 231	83
3.4 Il Codice Etico	84

4. RESPONSABILITÀ ECONOMICA	86
4.1 Andamento della gestione	88
4.2 Evoluzione prevedibile per la gestione	94
4.3 Analisi Economico Finanziaria del settore di riferimento	96
4.4 Le performance di bilancio	104
4.5 Riclassificazione e valore aggiunto	114
4.6 Rischi finanziari e non finanziari	118
4.7 Innovazione	126
4.8 Internazionalizzazione	140
4.9 Prospettive di sviluppo: Progetto PIA 2020-2025	146
5. RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	148
5.1 Consumi energetici ed emissioni	150
5.2 La gestione della risorsa idrica	160
5.3 La gestione delle materie prime	164
5.4 La gestione dei rifiuti	168
6. RESPONSABILITÀ SOCIALE	174
6.1 Le persone: il nostro asset	176
6.2 Training e formazione	192
6.3 Diversità e pari opportunità	198
6.4 Salute e sicurezza	202
6.5 La catena di fornitura	206
6.6 I consumatori finali e i clienti	210
6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità	214
Annex - GRI Content Index	223

NOTA METODOLOGICA

Giunto alla sua seconda edizione, il Bilancio di sostenibilità 2022 di Oropan S.p.A. (di seguito Oropan, Azienda, Società) raccoglie le informazioni relative agli impatti sociali, ambientali ed economici selezionati sulla base dei risultati dell'analisi di materialità, con la quale sono stati individuati i temi rilevanti per l'Azienda e i suoi stakeholder.

Il perimetro di rendicontazione è il medesimo del Bilancio civilistico al 31.12.2022.

Le informazioni riportate nel presente documento sono state definite assumendo come riferimento metodologico i GRI Standards pubblicati nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), uno dei principali standard internazionali utilizzati per i reporting di sostenibilità, secondo l'opzione "with reference to".

Per la stesura, al fine di assicurare un'effettiva attendibilità delle informazioni riportate e di consentire una corretta rappresentazione delle performance, si è cercato di limitare il più possibile il ricorso a stime e, ove disponibili dati completi, è stato operato un confronto con i due esercizi precedenti.

Inoltre, la principale novità introdotta nel presente documento è la rendicontazione degli impatti di settore individuati attraverso la Matrice SASB (Sustainability Accounting Standards Board).

PERIMETRO E PROCESSO

Il Bilancio di Sostenibilità 2022 è stato sottoposto all'approvazione del Consiglio di Amministrazione in data 29 settembre 2023.

All'interno del presente documento è stato rendicontato l'arco temporale compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022 (periodicità annuale). Salvo dove diversamente specificato, i dati e le informazioni oggetto di rendicontazione fanno riferimento al triennio 2020-2022.

In termini prettamente procedurali, le modalità di calcolo utilizzate per i dati inerenti agli indicatori ambientali quali GRI 302-1, 305-1 e 305-2 sono state aggiornate rispetto al 2021 e applicate ai precedenti anni oggetto di rendicontazione, al fine di garantire la piena comparabilità dei dati raccolti.

Nello specifico, nel caso dei **consumi di gas naturale (espressi in smc) e di energia elettrica (espressi in kWh)**, in virtù della possibilità di una **conversione diretta in GJ** mediante apposito **fattore di conversione (in GJ/1000smc e GJ/kWh)**, si è deciso di **abbandonare la conversione intermedia in tonnellate di petrolio equivalente (TEP)**.

Tale approccio garantisce, in primo luogo, una **maggiore semplicità delle elaborazioni**, evitando l'impiego di un fattore di conversione specifico per i TEP e, in secondo luogo, comporta un sensibile **incremento nella precisione** delle elaborazioni andando a ridurre l'insorgenza di possibili errori dettati dalle conversioni intermedie.

Infine, per quanto concerne i **combustibili** quali GPL, benzina e diesel, data la disponibilità del dato unicamente **in litri**, si è resa **necessaria la conversione intermedia in kg**, attraverso l'impiego di fattori di conversione rappresentati dalla densità dei singoli combustibili analizzati (quest'ultimi espressi in **kg/l**).

A seguito di tale conversione sono stati, dunque, utilizzati gli opportuni **fattori di conversione** espressi in **GJ/kg combustibile**. Con tale metodologia, l'Azienda è in grado di rappresentare in maniera univoca gli indicatori rappresentanti le emissioni.

Per la determinazione e distribuzione del valore aggiunto e per il processo di coinvolgimento degli stakeholder sono stati presi a riferimento:

- Lo “**Standard GBS 2013 - Principi di redazione del bilancio sociale**”, predisposto dal **Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS)**, per la parte che attiene la riclassificazione della produzione e distribuzione del valore aggiunto.
- L’**AccountAbility 1000 - Stakeholder Engagement Standard**, standard di processo per il coinvolgimento degli Stakeholder.

Arricchiscono la parte metodologica del report i seguenti riferimenti:

- **Linking the SDGs and the GRI Standards** - nella nuova versione emendata nel maggio 2022 che mette in relazione ai contenuti del GRI Content Index con gli SDGs.
- La **proposta di Corporate Sustainability Reporting Directive (ESRS)** pubblicata dalla **Commissione europea (CE)**, a seguito del processo di revisione della Non Financial Reporting Directive (NFRD) adottata nel novembre del 2022 su pubblicazione della Gazzetta Ufficiale dell’Unione Europea.
- La versione finale della **proposta di European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** pubblicata a novembre dall’**European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)**, secondo quanto previsto dalla CSRD.
- **SASB’s 77 Industry Standards** – che identifica i temi di interesse in base alla SASB Standards Application Guidance

Il Report si chiude con una sezione di **allegati** dedicata al **GRI Content Index**.

Il processo di reporting, anche quest’anno, ha visto il coinvolgimento di un team interdisciplinare, in buona parte composto dai responsabili delle diverse funzioni aziendali, i quali hanno riconfermato i risultati e gli output dell’anno precedente per la definizione degli impatti e dei relativi temi correlati.

In coerenza con il processo di redazione, gli stessi hanno curato la fase della raccolta, analisi e consolidamento dei

dati e delle informazioni rendicontate. Nello specifico, la redazione del presente documento è coordinata dall’**AD e Sustainability manager di Oropan Lucia Forte**, con la collaborazione di tutte le funzioni aziendali e con il **supporto metodologico di Circularity Srl – Società Benefit**.

Per ulteriori informazioni sul Bilancio è possibile rivolgersi all’indirizzo mail: csr@oropan.it.



Lettera agli stakeholder

L'anno 2022 si era aperto sotto i migliori auspici. L'allentamento dell'emergenza pandemica sembrava aver dato nuovo impulso al mercato e soprattutto aveva generato aspettative di ripresa.

Tuttavia, l'invasione russa dell'Ucraina e lo scenario di guerra, con crescenti difficoltà nell'approvvigionamento di fonti di energia e riscaldamento, la conseguente spinta inflazionistica, nonché l'incertezza politica vissuta in Italia fino alla fine di ottobre, hanno costretto tutti, Oropan inclusa, a dover operare, ancora una volta, in un contesto di grande instabilità.



Pur in presenza di un quadro globale sfavorevole, caratterizzato anche da una contrazione della domanda, Oropan è stata in grado di dare concretezza a tutti gli ambiziosi programmi di crescita strutturali, economici e commerciali, riuscendo a creare un clima favorevole nei confronti degli stakeholders aziendali, con i quali e grazie ai quali si sono potute affrontare le tante turbolenze generatesi lungo il corso dell'anno.

Un risultato questo ancor più apprezzabile, in quanto è stato raggiunto assicurando ulteriore solidità all'Organizzazione e perseguendo uno **sviluppo sostenibile** in grado di garantire crescita sociale ed economica a vantaggio del territorio. Nonostante tali premesse, infatti, l'esercizio 2022, ha permesso alla Società di **raggiungere performance economiche importanti**, come il **Fatturato Lordo prossimo ai 40 milioni di euro**, con un **incremento del +25%** rispetto all'esercizio 2021.

Nonostante l'instabilità geopolitica a livello globale, nel corso del 2022 Oropan ha registrato una **crescita dell'export del 18,5%**, continuando così il proprio programma di internazionalizzazione che vede, oggi, l'Azienda **esportare** la tradizione del Pane di qualità di Altamura **in 26 paesi in tutto il mondo**. Un dato ancor più apprezzabile se confrontato con il **+6,84%** registrato dall'export italiano nello stesso comparto¹.

¹Fonte: Eurostat (COMEXT). Aggiornamento del 17 maggio 2023.

Di particolare valore le performance registrate nel **mercato britannico**, con esportazioni di **oltre 500 tonnellate** di prodotto e in paesi come **Belgio, Germania e Olanda**, che registrano una **crescita** rilevante che si attesta **tra il 60% e il 125%**. Meritevoli di menzione sono anche i risultati conseguiti in paesi più lontani, come l'**Australia, gli Emirati Arabi Uniti e il Canada**, dove il prodotto ha riscontrato un elevato interesse e gradimento.

L'**utile di esercizio**, al netto delle imposte, ha raggiunto i **6,9 milioni di euro** con un **aumento di 3 milioni di euro (+75%)** rispetto all'esercizio precedente. Tale risultato, pari al **19% del totale dei ricavi e delle vendite**, ha migliorato ulteriormente la **posizione finanziaria netta**, portandola a **16,8 milioni di euro (rispetto ai 7,9 milioni di euro nel 2021)** e ha rafforzato il **patrimonio aziendale**, portandolo a **33 milioni di euro**, con un **aumento di 6,8 milioni di euro (+26%)**.

Seppure in un contesto di eccezionale volatilità dei mercati delle materie prime e delle fonti energetiche, Oropan, grazie all'efficacia di tutti i suoi processi gestionali, ha potuto conseguire tanti altri positivi risultati, elencati nelle pagine che seguono, a testimonianza di come l'azienda e tutti i suoi collaboratori, siano riusciti a garantire la crescita aziendale, coniugando all'interno di un **modello di business sostenibile**, che produce, esporta e valorizza il made in Italy, obiettivi di carattere economico-impresoriale con obiettivi etici, sociali e ambientali.

La Policy aziendale e le strategie di Business sono da anni governate

dalla **R.S.I. (Responsabilità Sociale d'Impresa)**, per soddisfare i bisogni del consumatore del presente, senza compromettere le esigenze delle future generazioni, affinché ogni azione crei valore a beneficio della collettività.

Per tale ragione, nel corso del 2022, l'Azienda ha definito un **Piano Strategico di Sostenibilità per il triennio 2023-2025** e redatto il suo primo Bilancio di Sostenibilità, entrambi naturali evoluzioni di un percorso avviato ormai da molti anni, sostanziando l'impegno dell'Azienda nell'integrare iniziative volte a sviluppare e diffondere la cultura della sostenibilità all'interno e all'esterno dei confini aziendali. In tale ambito, la Società si è focalizzata nel **perseguimento degli obiettivi ESG** lungo tutte e tre le direttrici: economica/governance, ambiente e sociale, con l'obiettivo di dare esecuzione a strategie sostenibili, che potessero coinvolgere l'intera filiera produttiva e distributiva.

Consapevole di quanto la sostenibilità possa rappresentare la risposta a scenari quali disuguaglianza, cambiamenti climatici e crisi alimentare, Oropan affronta, con profondo senso di responsabilità, anche il tema della gestione dei rischi di tipo esogeno ed endogeno, continuando ad impegnarsi proattivamente in favore di uno Sviluppo Sostenibile, attraverso il supporto e il recepimento dei **17 Obiettivi dell'Agenda ONU 2030**, nelle aree della tutela dei Diritti Umani; nel Welfare e nello sviluppo del Capitale Umano; dell'inclusione e pari Opportunità; della tutela Ambientale ed efficientamento energetico, dell'Anticorruzione; della

Salute e Benessere; nell'Assicurare equa distribuzione del valore aggiunto lungo tutta la filiera; nella difesa della Biodiversità.

Il sistema azienda lavorerà, in particolare, sulla sicurezza alimentare, sulla sicurezza e salute nei luoghi di lavoro, sulla qualità dei prodotti, sull'efficientamento dei processi, sull'ottimizzazione dell'uso delle risorse in chiave sostenibile, sulla riduzione delle emissioni, sull'approvvigionamento responsabile, sulla valorizzazione del capitale umano aziendale e sullo sviluppo del territorio a partire dalla città di Altamura.

Vi è la consapevolezza che il percorso intrapreso possa rappresentare la soluzione per affrontare un 2023 caratterizzato dall'incertezza e dalle forti criticità sui mercati, oltre che per mantenere la serenità di rispettare gli obiettivi di crescita quali-quantitativa che l'Azienda si è truardata.

Prima di concludere, con profondo senso di gratitudine, è doveroso **ringraziare tutte le donne e tutti gli uomini di Oropan** che con impegno e dedizione hanno contribuito al raggiungimento di questi performanti risultati. Si **ringraziano i clienti, i fornitori e tutti gli stakeholder**, che ogni giorno fungono da sprono e rappresentano un'importante risorsa nel nostro percorso di crescita sostenibile del business.

Lucia Forte

Amministratore Delegato
Oropan SpA



I PRINCIPALI FATTI SOCIETARI

1973

Nasce la ditta individuale Casa del Pane di Vito Forte

Nel 1973, Vito Forte dà avvio alla propria attività con la ditta Individuale “Casa del pane di Vito Forte”.

1992

Nasce Oropan Srl

Nel 1992 viene fondata Oropan Srl.

1998

Nuovo stabilimento

La Società di Vito Forte, che nel frattempo si è trasformata fino a divenire la Oropan S.p.A. di oggi, continua a crescere, acquisendo un nuovo stabilimento. La Società inizia ad utilizzare nuove tecnologie, diventando uno dei leader del mercato.

1999

Oropan ottiene la certificazione ISO9001

Oropan ottiene la ISO 9001, norma principe nell'ambito della gestione qualità, fortemente custom-oriented, sulla quale sono state innestate tutte le altre norme tecniche.

2008

Oropan ottiene le certificazioni BRCGS e IFS

Ottenimento delle due certificazioni di sistema **BRCGS** (assicura la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari proposti ai consumatori, dai fornitori e rivenditori della GDO) e **IFS** (verifica l'efficace selezione dei fornitori food a marchio della GDO, sulla base della loro capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge).

2018

Entra in vigore il Codice Etico

Il 1° settembre 2018 entra in vigore il Codice Etico di Oropan, quale “Carta dei diritti e dei doveri morali” che in una società definisce le responsabilità etico-sociali e i principi cui devono attenersi tutti i partecipanti alle attività lavorative.

Variazione del modello di governance

Nel dicembre del 2018, Oropan cambia modello di governance, sancendo il passaggio da Amministratore Unico pro-tempore al Consiglio di Amministrazione.

2019

Inaugurazione del Museo del Pane di Vito Forte

Il 17 maggio 2019 viene inaugurato ad Altamura il Museo del pane di Vito Forte, nato con il purpose di promuovere e valorizzare la cultura del pane e raccontare la storia di un successo imprenditoriale.

2020

Oropan adotta il MOGC 231

Nel gennaio 2020, Oropan adotta volontariamente il Modello Organizzativo, di Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, (MOGC).

Nel marzo 2020, Oropan ottiene dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) il Rating di Legalità con il punteggio ★★++. Tale riconoscimento è riconfermato in data 17 aprile 2022 con lo stesso elevato punteggio a testimonianza della buona condotta e dell'integrità con cui viene gestita l'Azienda.

2022

L'Amministratore di Oropan, Lucia Forte, viene eletta Presidente del consorzio per la tutela e la valorizzazione del pane di Altamura DOP

In data 9 maggio 2022, a seguito dell'insediamento del nuovo CdA del Consorzio del Pane per la Tutela e la Valorizzazione del Pane di Altamura a DOP, Lucia Forte viene eletta, all'unanimità, Presidente.

Oropan pubblica il suo primo Bilancio di Sostenibilità

Il percorso di sostenibilità intrapreso da Oropan si sostanzia nella pubblicazione del primo bilancio di sostenibilità dell'Azienda, redatto secondo gli standard GRI.

2023

Comitato di Sostenibilità, Piano Strategico (21/02/23)

Con delibera del CdA viene istituito il Comitato Sostenibilità di Oropan. Nella stessa data è ratificato il Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025.

Ottenimento certificazione SA 8000 (22/02/23)

La Società ha ottenuto la certificazione etica SA8000 che attesta l'implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale nell'ambito dei diritti dei lavoratori e del loro benessere in Azienda.

Ottenimento certificazione ISO 14001 (14/04/23)

Oropan ottiene la certificazione ISO 14001 per il sistema di gestione ambientale.



News & Eventi

CAPITOLO 1

CHI SIAMO

1.1 L'Azienda

1.2 Vision, Mission e Filosofia

1.2.1 I valori di Oropan

1.3 I prodotti



Chi siamo

LA NOSTRA STORIA

La storia di Oropan ha radici profonde, che legano i prodotti al territorio in modo inequivocabile e ineguagliabile. Innovazione e tradizione rappresentano le pietre miliari che hanno determinato il successo dell'Azienda, permettendole di diventare un player di riferimento, in Italia e all'estero, nel settore della panificazione e dei prodotti da forno.

Il racconto della storia di un'azienda non è una descrizione sterile, bensì l'insieme dei sogni, delle sfide e delle conquiste di chi l'ha fondata e tramandata nel tempo, nonché dei collaboratori che hanno contribuito al suo sviluppo. Conoscerne la storia significa, infatti, comprenderne la cultura, i valori, la visione e le strategie che ne hanno guidato lo sviluppo e il successo.

Nel presente capitolo, verranno descritti la nascita e lo sviluppo di Oropan, l'architettura valoriale che ne contraddistingue l'operato e i principali obiettivi di crescita per il futuro.

CHI SIAMO

L'azienda

Oropan nasce dal coraggio e dall'intuito di Vito Forte, che, oltre 60 anni fa, ha dato vito al suo sogno imprenditoriale, lavorando come garzone all'interno di uno dei forni medievali più antichi di Altamura (luogo che ospita, oggi, il Museo del Pane di Vito Forte, di proprietà di Oropan) e grazie alla propria perseveranza, passione, intraprendenza e intuito imprenditoriale, ha portato quel forno a diventare una realtà affermata, in Italia e nel mondo, ambasciatrice del Made in Italy.



È presente nel segmento dei prodotti da forno e della panificazione, con la sua offerta di prodotto, pane e panini, focacce, friselle e taralli, su differenti segmenti merceologici: dal fresco al surgelato, da prodotti in atmosfera modificata agli snack.

È tra le prime aziende nel panorama agroalimentare italiano dei prodotti da forno e della panificazione per fatturato, numero di addetti, quote di mercato e grado di innovazione tecnologica.

All'interno di una superficie produttiva di circa 37.000 metri quadrati, ogni giorno, sulle 5 linee di produzione presenti, vengono prodotti 600 quintali di prodotti da forno della panificazione. Ogni singola fase del processo produttivo è accuratamente controllata dal personale interno, che può contare sulla professionalità di 156 dipendenti.

Una rete distributiva capillare permette di far giungere tutti i prodotti, sei giorni su sette, su **più di 2.300 punti vendita serviti, su tutto il territorio nazionale** e coprire ben **26 paesi all'estero**, in Europa, Asia, America. La strategia di business di Oropan si fonda sulla capacità di **bilanciare tradizione e innovazione, qualità dei prodotti e impatto ambientale**, tenendo sempre in considerazione le esigenze dei consumatori.

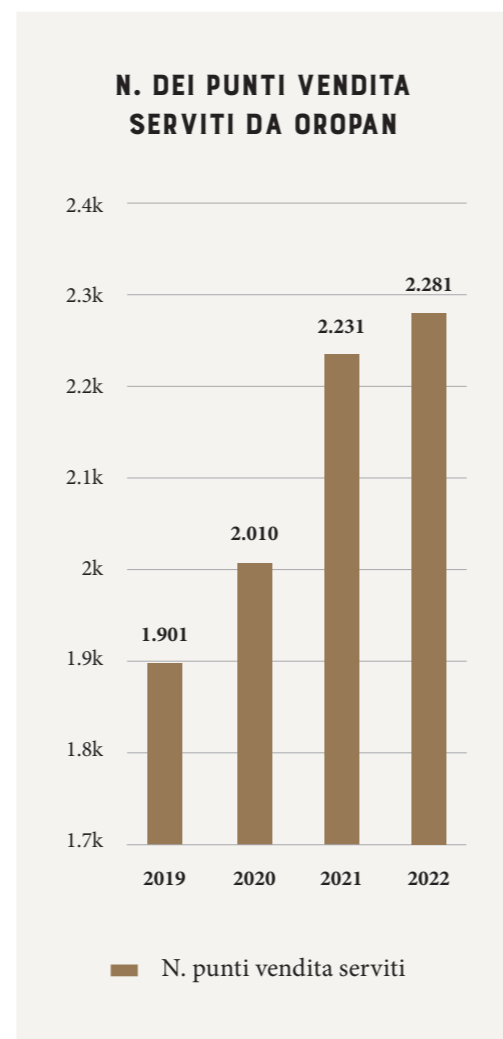
VERSO L'INNOVAZIONE

L'Innovazione della cultura d'impresa in Oropan è importante generatore di vantaggio competitivo, da mantenere e sviluppare nel tempo attraverso 6 fattori:

- 1) Modello di governance;
- 2) Formula strategica;
- 3) Modello organizzativo, gestionale ed operativo;
- 4) Obiettivi economici, finanziari, patrimoniali;
- 5) Strutturale;
- 6) Total Quality Management come conformità totale del Sistema impresa improntato ai valori definiti, all'Etica d'impresa e al modello organizzativo della Catena del Valore.

L'Azienda opera da sempre nel segno della **massima trasparenza, legalità e correttezza**, impegnandosi a rispettare e far rispettare, tramite un sistema sanzionatorio specifico, gli standard più elevati di buona condotta in tutte le attività aziendali svolte.

Insieme al Codice Etico, il **MOGC** (Modello Organizzativo di Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001) è uno strumento adottato, volontariamente, dal gennaio 2020 da Oropan che riveste un ruolo fondamentale nei rapporti con i suoi dipendenti ed i suoi stakeholder.



L'Azienda ha dato vita all'implementazione di **tre importanti Piani Industriali** (PO-FESR P.I.A.) negli ultimi 15 anni, realizzando **investimenti** in attivi materiali, strettamente integrati con investimenti in ricerca scientifica (in partnership con enti di ricerca pubblici e privati, nazionali e internazionali); sviluppo sperimentale e trasferimento tecnologico; acquisizione di servizi reali all'impresa per la progettazione ed implementazione del programma di internazionalizzazione.

Tali piani sono stati in grado di

ridisegnare la struttura aziendale in aree strategiche di affari, gestite in maniera verticale, ma al tempo stesso integrata, così da anticipare i mutamenti del mercato, sia in termini di evoluzione del settore della panificazione che della nomenclatura distributiva; diversificando il core business, ampliando il portafoglio prodotti, da prodotti panificati freschi a breve vita residua, a prodotti di lunga durata fino a 12 mesi.

IL FATTURATO

Nella pagina precedente viene riportata una **sintesi dei punti vendita serviti in Italia nel quadriennio 2019-2022**.

A tal proposito, si vuole evidenziare come tra i punti vendita rappresentati siano presenti le piattaforme di distribuzione di alcuni clienti della GDO, che, a propria volta, distribuiscono i prodotti ai singoli punti vendita presenti su tutto il territorio italiano.

Nel corso dell'esercizio **2022**, la Società ha raggiunto una **produzione corrispondente ad un fatturato lordo di euro 39.899.327 (+25% sul 2021)** pari a circa **16 milioni di kg prodotti**. Tale andamento recepisce gli effetti positivi delle scelte strategiche della Società che, nel tempo, ha saputo garantire un **trend di crescita**, solo in parte determinato dall'aumento dei prezzi, inevitabili a causa delle spinte inflazionistiche su tutti i mercati.



39.899.327 €

di fatturato lordo
(+25% sul 2021)



16 MLN KG

di produzione annua



6.939.545 €

risultato d'esercizio netto
(+75% sul 2021)



16.793.042 €

posizione finanziaria netta
(+112% sul 2021)



37.000 MQ

di superficie produttiva



+18,5%

di fatturato export
(distribuzione su 26 paesi)



33.012.502 €

patrimonio netto
(+26% sul 2021)



12.817.043 €

EBITDA
(+48% sul 2021)

Il risultato è, infatti, ancor più apprezzabile se si considerano le criticità macroeconomiche che hanno caratterizzato tutti i settori e, in particolare, il comparto dei prodotti da forno che ha dovuto assorbire il notevole aumento dei costi delle materie prime e dell'energia.

PRODUZIONE INDUSTRIALE

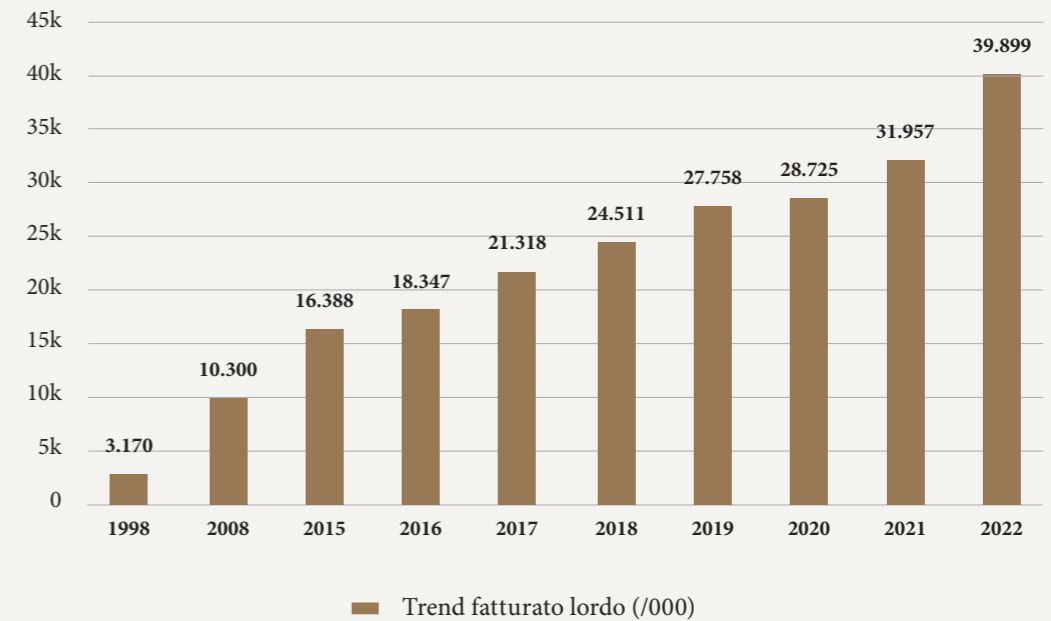
Di fianco il dettaglio dell'andamento della produzione industriale per macrosettore e poi in riferimento al codice ATECO di Oropan: 10.71.10.

Il grafico evidenzia la contrazione della produzione industriale nel periodo marzo 2022 / marzo 2023. In particolare, mentre si evidenzia un calo dell'intero settore "Industria" del 3,3% e quello dell'industria alimentare del 4,3%, la diminuzione del settore prodotti da forno è stata del 11%.²

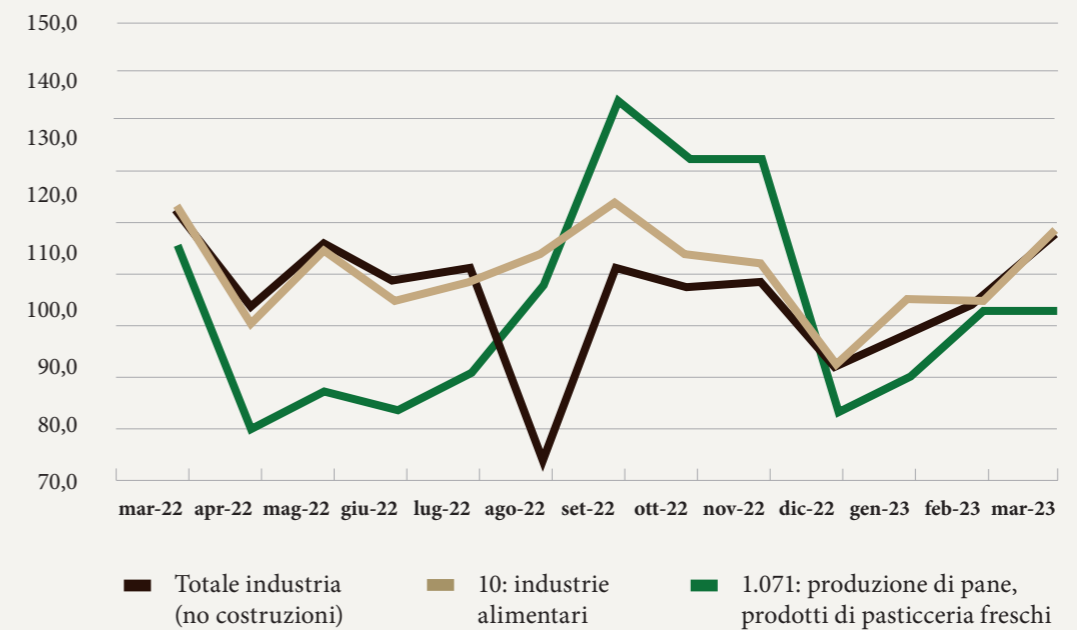
Nonostante il negativo scenario economico del mercato, **Oropan ha superato di gran lunga le performance medie con un aumento del 25% del fatturato rispetto all'anno precedente**, più che raddoppiandone il tasso di crescita. I **mercati di sbocco** per i prodotti Oropan sono stati in totale **26**, con UK, Belgio e Germania che contano oltre il 70% del fatturato estero.

²Vedi: <https://www.istat.it/>

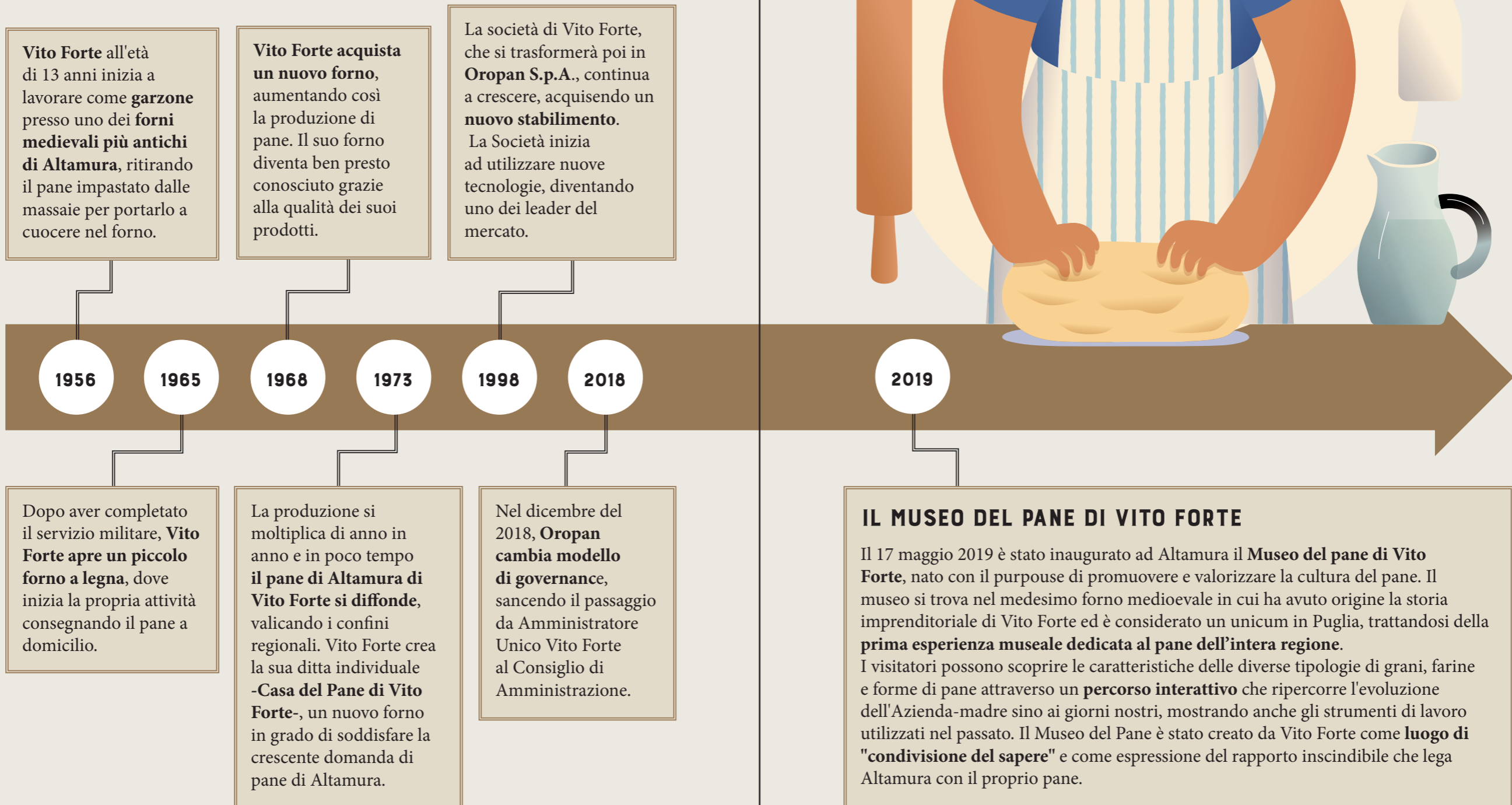
TREND DEL FATTURATO LORDO DAL 1998 AL 2022



DETTAGLIO ANDAMENTO PRODUZIONE DI PRODOTTI DA FORNO E FARINACEI, (BASE 2015=100)



LA NOSTRA STORIA



CHI SIAMO

Vision, Mission e Filosofia

Oropan si impegna nella promozione di un'alimentazione sana ed equilibrata, senza compromessi sulla qualità degli ingredienti.

L'Azienda si distingue per la propria attenzione alla sostenibilità, che si traduce in scelte strategiche e pratiche sostenibili, come gli investimenti in fonti di energia rinnovabile, la riciclabilità del 100% delle confezioni, la riduzione delle emissioni di CO₂ e una gestione efficiente dei rifiuti.

Inoltre, Oropan valorizza il proprio capitale umano, garantendo la parità di genere, le pari opportunità, l'inclusione e la valorizzazione della diversità, non soltanto in termini di etica aziendale, bensì come *conditio sine qua non* di crescita e miglioramento professionale.

MISSION



«Cultori della Sana ed Equilibrata Alimentazione per offrire solo il meglio della natura nei prodotti da Forno, dalle ricette della tradizione della Nostra Terra di Origine, Altamura».

VISION



«Contribuire alla diffusione nazionale ed internazionale della cultura culinaria e della tradizione di prodotti da forno tipici del territorio di origine, (Altamura, Puglia, Italia), offrendo prodotti ad elevata distintività ed in linea con le specifiche esigenze dei mercati obiettivo».

Per dar luogo ad una mission e una vision così ambiziose, Oropan persegue obiettivi di ampio respiro, favorendo un modello di sviluppo condiviso e attento alle esigenze di tutti gli stakeholder fondato su:



Dal momento che il **Codice Etico** costituisce un documento fondamentale per la **condivisione dei valori** con tutti gli stakeholder, i principi cardine di fianco citati sono stati declinati in modo preciso per dare maggiore enfasi all'**approccio di trasparenza e integrità**, caratteristiche chiave nel rapporto con tutti i portatori di interesse e dettagliati all'interno del prossimo paragrafo.

FILOSOFIA

La Filosofia di Oropan si sostanzia nella centralità delle persone, siano esse collaboratori o consumatori, che rappresentano il fondamento sui cui costruire il futuro dell'Azienda.

Sono Protagoniste e fonte di ispirazione per la realizzazione del miglior prodotto possibile.

Un prodotto che nella sua semplicità è evocativo di un territorio e della sua storia.

Un prodotto che si evolve per rispondere ai nuovi trend di consumo, ma resta identico per mantenere inalterati i sapori della tradizione.

Per Oropan, la **tradizione** trova il suo naturale completamento nell'**innovazione** sia di processo che di prodotto, esaltando così nuove idee che la rendono unica ed attrattiva nel mercato globale.



I VALORI DI OROPAN

L'architettura valoriale su cui si fonda l'operato di un'azienda rappresenta l'insieme degli indirizzi etici, culturali e sociali che ne guidano le scelte e le azioni.

Sono i principi fondamentali che definiscono l'identità e la visione dell'azienda, nonché il modo in cui essa si relaziona con i propri dipendenti, clienti, fornitori, nonché con la comunità e il territorio in cui opera.

La **definizione** e la **diffusione** dei **valori aziendali** rappresentano un importante strumento di comunicazione e di motivazione per gli **stakeholder interni ed esterni**, in quanto contribuiscono a consolidare un clima di fiducia, di trasparenza e di coerenza tra i comportamenti dell'azienda e i suoi obiettivi strategici.

In tale contesto, Oropan crede fermamente che la definizione dei valori debba essere frutto di un **processo partecipativo e condiviso** tra tutti i membri dell'organizzazione, che rafforzi il senso di appartenenza e di coinvolgimento di tutti gli stakeholder nei confronti dell'Azienda.



ONESTÀ E INTEGRITÀ

Ogni giorno, lavoriamo con **onestà e integrità** per garantire il rispetto e la fiducia in noi riposta da tutti gli stakeholder. Poniamo al centro di ogni nostra azione la tutela dell'uomo e dell'ecosistema.



ASSUNZIONE DI RESPONSABILITÀ

Ci sentiamo **responsabili di ogni nostra azione** e la svolgiamo nel migliore dei modi, perché consci dell'importanza che ognuno di noi ha all'interno dell'Azienda. Ciò ci permette di raggiungere gli obiettivi aziendali condivisi.



SENSO DI APPARTENENZA

Viviamo l'Azienda come una grande famiglia. **Essere parte dell'Azienda** significa percepire il proprio valore personale e metterlo a disposizione per raggiungere un obiettivo comune. Il benessere dell'Azienda è il nostro benessere.



CURA DELLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Il cliente è il capitale più importante per la nostra Azienda. Ogni giorno, lavoriamo affinché la sua scelta, fatta nei nostri confronti, possa essere confermata, **soddisfacendo sempre le sue aspettative**. Lavoriamo con l'obiettivo di creare un legame che possa rafforzarsi nel tempo.



SIGUREZZA ALIMENTARE

Manteniamo da più di vent'anni i più prestigiosi schemi di certificazione volontaria riconosciuti a livello internazionale. Tali schemi decretano la conformità totale del Sistema Azienda e di tutto il nostro processo, gestionale e produttivo, ai più elevati standard internazionali. L'aderenza a tali predette norme **assicura** e certifica l'immissione sul mercato di **prodotti sicuri e salubri** per la salute dei consumatori, oltre che rispondenti ai più elevati standard di qualità.



INNOVAZIONE E TRADIZIONE

L'innovazione è un elemento straordinario, che ci guida nel rapporto tra amore per l'antico e attenzione al futuro. **Applicata ad un prodotto tradizionale** come il pane e garantendo le sue qualità organolettiche e nutrizionali, ci consente di evolverlo, per rispondere efficacemente e con la massima soddisfazione ai nuovi bisogni dei nostri consumatori, contribuendo alla loro sana ed equilibrata alimentazione.

CHI SIAMO

I prodotti

Oggi, Oropan rappresenta uno dei principali player nel mercato della produzione e commercializzazione di prodotti da forno, espressione della tradizione socio-gastronomica del territorio di Altamura, vantando un portfolio prodotti riconosciuto e apprezzato dai consumatori.

L'Azienda custodisce sapientemente l'arte della panificazione tramandata territorialmente – attraverso l'utilizzo di semola rimacinata e lievito madre, così come i metodi tradizionali di lavorazione a lenta e lunga lievitazione naturale – e ne promuove la diffusione.



I prodotti di Oropan esprimono una forte caratterizzazione territoriale e rappresentano la cultura alimentare e identitaria del territorio in cui insiste la città di Altamura.

IL PANE COME TRADIZIONE COMANDA

Gli ingredienti, il metodo, le caratteristiche organolettiche, nutrizionali e salutistiche rendono quello a marchio Forte un pane di alta qualità.

Il portafoglio prodotti di Oropan è costituito, oltre che dall'iconico pane di Altamura e altri tipi di pani funzionali con una spiccata connotazione nutrizionale, anche da una vasta gamma di prodotti da forno quali pani di piccolissima pezzatura, focacce, taralli e friselle.

In particolare, grazie alle attività di ricerca e sviluppo, Oropan ha scelto di diventare il punto di riferimento sia per la realizzazione di tutti quei **prodotti che rispondono ad esigenze nutrizionali specifiche**, (ad esempio il Pane con 50% sale in meno, il Pane integrale con semi di lino e girasole ricco di fibre e omega-3), sia di **prodotti sostitutivi del pane**, mostrando la capacità di innovare in un mercato tradizionale come quello del pane.

LE MATERIE PRIME DEL NOSTRO PANE



SEMOLA RIMACINATA DI GRANO DURO

A differenza di quello tenero, il grano duro è coltivato in pochissime zone al mondo, tra cui il bacino del Mediterraneo. La sua semola, comunemente usata in pastificazione, risulta molto meno lavorabile in panificazione ed è per questo sottoposta a più passaggi di macinazione.



LIEVITO MADRE

Creato 50 anni fa da Vito Forte e di sua proprietà esclusiva, rappresenta l'autentico DNA e l'impronta digitale di tutti i prodotti da forno Forte. Rinnovi giornalieri consentono lo sviluppo di forme microbiche autoctone che producono sostanze spiccatamente aromatiche, tipiche dei prodotti da forno Forte. Si tratta di caratteristiche organolettiche uniche, strettamente legate al territorio e irripetibili in altre zone geografiche.



SALE MARINO CRISTALLINO

Nel pane Forte è utilizzato sale marino candido, cristallino, estratto dall'acqua di mare nelle saline pugliesi.



ACQUA

È un componente di estrema importanza, dato che le sue caratteristiche influiscono sulla corretta lievitazione dell'impasto. Nel pane Forte è impiegata, rigorosamente controllata e standardizzata per garantire il massimo risultato in termini di fragranza e lievitazione.

LA CROSTA

bruna, spessa e croccante, ottenuta grazie al processo di cottura ottimale

L'ALVEOLATURA

fine e regolare, data dalla graduale produzione di anidride carbonica durante la lenta lievitazione, rende la mollica leggera e soffice

LA FRESCHEZZA

che dura per più giorni grazie alla qualità delle proteine della semola rimacinata di grano duro, all'azione acidificante del lievito madre e allo spessore della crosta

LA COMODITÀ

del pane già affettato, più semplice da utilizzare e da conservare, anche come scorta nel freezer



I PARTICOLARI CHE FANNO L'ECCELLENZA

LA MOLLICA

soffice, di colore giallo paglierino per l'alto contenuto di carotenoidi del grano duro

IL PROFUMO

intenso e aromatico, grazie alle sostanze prodotte in fase di cottura dall'interazione tra zuccheri e proteine, attraverso la naturale reazione di Maillard

IL GUSTO

deciso, ricco, piacevolmente acidulo per l'azione del lievito madre



I NOSTRI PRODOTTI

PANE FRESCO

Il segreto del pane fresco **Forte** risiede in pochi ingredienti semplici e naturali:

- **La semola rimacinata di grano duro** accuratamente selezionata è naturalmente ricca di antiossidanti naturali che consentono di ottenere un prodotto dalle **elevate proprietà nutrizionali**.
- **Il lievito madre** creato 50 anni fa da Vito Forte e di sua proprietà esclusiva, grazie alla **lenta e lunga lievitazione naturale** conferisce **aroma tipico e maggiore conservabilità**.
- **L'acqua** substrato insostituibile per l'azione fermentativa della microflora del lievito madre. Nel pane Forte è impiegata acqua con un ridotto contenuto di Sali di calcio e magnesio affinché la lievitazione avvenga nel migliore dei modi.



PANE SURGELATO

Dai pani di semola rimacinata di diverse forme e grammature e panini, ai vari tipi di pane arricchiti con farine integrali, con semi di lino e di girasole.

Prodotti d'ispirazione artigianale e rustica, con la surgelazione si valicano i confini di prossimità consentendo ai prodotti di essere apprezzati in tutto il mondo conservando tutta la bontà come se fossero appena sfornati.



PANE DI ALTAMURA DOP

Una linea di pani prodotti nel rispetto dei dettami previsti dal disciplinare di produzione e per questo rappresenta l'alimento emblema del territorio di Altamura: il primo pane ad aver ricevuto il riconoscimento della denominazione di origine protetta nel 2003.

Viene prodotto utilizzando un rimacinato di semola di grano duro ricavato dalla macinazione di grani duri delle varietà APPULO-ARCANGELO-DUILIO-SIMETO coltivati esclusivamente nel territorio della Murgia nordoccidentale (Altamura, Gravina di Puglia, Poggiorsini, Spinazzola e Minervino Murge).



PANINI IN ATP

SIGNOR PANINO FORTE è la prima linea di panini in atmosfera protettiva con crosta croccante.

Tale tecnologia permette al consumatore di disporre di un prodotto da dispensa che in qualsiasi momento della giornata, riscaldato in forno in pochi minuti, sia pronto per essere utilizzato, mantenendone integre tutte le caratteristiche rispetto al prodotto fresco appena sfornato.





FRISELLE

Prodotto da forno tipico ottenuto mediante una doppia cottura per renderle conservabili a lungo a temperatura ambiente. Nascono da ingredienti selezionati e lavorati nel rispetto della tradizione pugliese. Possono essere gustate come crostino o, secondo la tradizione pugliese, bagnate con acqua e condite con olio extravergine di oliva, pomodoro e origano.



TARALLI

Prodotto dorato, gustoso, profumato, friabile. Materie prime di qualità tra cui l'olio extravergine d'oliva, e il vino bianco, assicurano una bontà senza uguali. Sono lo snack ideale in qualsiasi ora della giornata, accompagnano pranzi, cene e aperitivi.



FOCACCE ATM

Una linea di focacce di Altamura realizzate con l'impiego di Semola rimacinata di grano duro, lievito madre e olio extravergine d'oliva. Mollica soffice e crosta croccante, da poter conservare comodamente in dispensa, affinché possano essere gustate, direttamente a casa, riscaldandole per pochi minuti in forno.



FOCACCE SURGELATE

La linea delle focacce surgelate Forte porta in tavola tutto il gusto della tradizionale Focaccia tipica di Altamura. L'impiego di semola rimacinata di grano duro e la lunga lievitazione naturale con lievito madre, permette di ottenere in pochi minuti in forno, un prodotto gustoso, con mollica soffice e crosta croccante sempre disponibile in freezer.

I 5 TRATTI DISTINTIVI DELL'OFFERTA OROPAN



Lo stretto **legame tra il marchio Forte e la città di Altamura**, patria del pane di qualità



Le straordinarie **qualità organolettiche, nutrizionali e salutistiche** del pane di semola rimacinata di grano duro



Un **processo** industriale che mantiene l'**autenticità artigianale**, assicurando una qualità costante



L'**ampiezza** di una **gamma prodotti** in linea con ogni richiesta di tipologia e di formato



L'**affidabilità** di un partner come Oropan **nella fornitura** di prodotti e di servizi per il reparto panetteria

CAPITOLO 2

SOSTENIBILITÀ E CULTURA AZIENDALE

2.1 L'analisi di materialità

2.2 Il coinvolgimento degli stakeholder

2.3 La strategia di sostenibilità

2.4 Il sistema di certificazioni



Responsabilità

LA SOSTENIBILITÀ

Nel corso degli ultimi anni, la sostenibilità, nel senso più ampio del termine, ha assunto un'importanza sempre maggiore per le aziende, che hanno compreso l'importanza strategica di considerare gli aspetti ESG nella definizione delle proprie attività, non solo ai fini del rispetto degli standard etici e legali, ma anche per rispondere alle crescenti esigenze dei consumatori e degli investitori.

All'interno del presente capitolo, verranno esplorate le diverse dimensioni della sostenibilità, analizzando le sfide e le opportunità per Oropan, la società e l'ambiente.

Inoltre, verranno approfonditi i processi attraverso cui sono state individuate le tematiche più rilevanti, le principali modalità di coinvolgimento degli stakeholder, nonché le procedure volte ad integrare efficacemente le tematiche ESG nella strategia e nella cultura aziendali.

SOSTENIBILITÀ

L'analisi di materialità

Il 5 gennaio 2023 ha sancito l'entrata in vigore della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), una direttiva europea che ha reso obbligatoria la rendicontazione della sostenibilità per un insieme sempre più ampio di imprese, richiedendo alle stesse di fornire informazioni in merito alla valutazione dei rischi di investimento legati al cambiamento climatico e ad altri aspetti ESG.

Nonostante Oropan non rientri tra le prime realtà coinvolte nell'obbligo di rendicontazione, i riferimenti adottati per la stesura del documento presente riflettono le più aggiornate normative in termini di reporting e compliance.

Il nuovo approccio verso la valutazione degli impatti ha confermato il dettaglio delle performance ESG riconducibili ai temi materiali emersi dall'analisi di materialità condotta durante il 2022, esplicitandone il relativo approccio di gestione.

Inoltre, la materialità di Oropan si correda di una valutazione aggiuntiva, in piena compliance con il principio della "doppia materialità", richiamato tanto dal GRI quanto dalla CSRD.

Lo sforzo procedurale è consistito nell'individuazione dei punti di contatto tra i fattori di rischio, identificati durante le analisi di settore effettuate, e gli eventuali impatti da essi derivanti.

L'analisi di impatto 2022 consente, quindi, di identificare le esternalità positive e negative, potenziali e reali, nelle quali l'Azienda è coinvolta o che essa causa.

In termini procedurali, gli impatti sono stati **categorizzati** a partire dall'attività aziendale a cui sono correlati, con l'obiettivo di **definirne la tipologia, la categoria, lo stato e**, infine, l'ambito ESG a cui afferiscono.



Legenda



**RESPONSABILITÀ
ECONOMICA**



**RESPONSABILITÀ
AMBIENTALE**



**RESPONSABILITÀ
SOCIALE**

DESCRIZIONE DEGLI IMPATTI E DEI RELATIVI TEMI CORRELATI

Tale indagine ha permesso di prioritizzare e isolare gli impatti più rilevanti, in ragione delle variabili considerate; agli impatti sono state associate le tematiche materiali. L'analisi ha portato all'individuazione di un numero complessivo di n. 12 temi materiali.

All'interno del presente documento, ogni impatto rilevante viene descritto e dettagliato nel rispetto delle indicazioni del GRI 3.1, 3.2 e 3.3, al fine di rendicontare la gestione delle esternalità e dell'impegno manageriale dell'Azienda verso la mitigazione del rischio o la valorizzazione delle opportunità.

La pianificazione delle suddette attività viene esplicitata all'interno dei capitoli specifici, identificando per ciascun tema la **strategia di monitoraggio (KPIs)**.

Di seguito viene riportata una tabella integrata che consente di raccordare gli impatti identificati, la descrizione degli stessi e l'associazione con i relativi temi materiali.

ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS

L'assenza di opportuni controlli e di politiche adeguate a livello aziendale e lungo l'intera catena del valore potrebbe portare al verificarsi di episodi corruttivi e anti-competitivi, comportando un impatto negativo sul sistema socio-economico e su eventuali soggetti direttamente coinvolti. Al contrario, un'azienda che si impegna a condurre le proprie attività in modo etico e conforme ai principi di integrità acquisisce una reputazione positiva, determinando un maggiore coinvolgimento dei clienti, il miglioramento della talent attraction e retention ed una maggiore fiducia da parte degli investitori.

RICERCA E SVILUPPO

Lo sviluppo di un sistema di R&S strutturato consente di efficientare la produttività e di migliorare la qualità dei prodotti. Inoltre, l'innovazione può aiutare l'azienda a diversificare il proprio portafoglio prodotti, entrare in nuovi mercati, soddisfare le crescenti aspettative dei consumatori finali, aumentando allo stesso tempo la company reputation.

GESTIONE DELL'ENERGIA

Le attività svolte lungo la catena del valore dell'azienda generano un impatto negativo sul clima dovuto alle emissioni di gas a effetto serra, derivanti dal consumo di energia e combustibili. Una corretta gestione dell'energia permette, invece, una riduzione dei costi, una maggiore efficienza operativa e la promozione della sostenibilità ambientale.

GESTIONE DEI RIFIUTI

Una gestione poco virtuosa dei rifiuti generati in tutte le attività della catena del valore dell'azienda potrebbe generare un impatto negativo sull'ambiente, in particolare sull'aria, sull'acqua e sul suolo. D'altro canto, una buona gestione di questo fattore permette di trasformare i rifiuti in risorse e di ridurre l'impatto negativo ad essi associato, per riconvertire l'economia lineare verso quella circolare.

GESTIONE DEL PACKAGING

Un packaging sostenibile ha spesso una maggiore visibilità e un apprezzamento superiore da parte dei consumatori. Al contempo, un'errata informazione e conoscenza del tipo di differenziazione da attuare, può portare il soggetto a non differenziare o a differenziare in maniera errata.

COMPLIANCE AMBIENTALE

Non rispettare la legislazione potrebbe generare sanzioni monetarie e ripercussioni da parte di organizzazioni governative e non che possono denunciare la non conformità normativa e causare l'eventuale interruzione delle attività, con conseguente impatto negativo temporaneo sulle finanze dell'azienda e dei suoi dipendenti. Inoltre, l'evidenza di una non conformità potrebbe anche essere il campanello d'allarme di una fonte di inquinamento ambientale.

GESTIONE DELLE MATERIE PRIME

Un eventuale utilizzo errato o spropositato delle materie prime causerebbe danni al suolo e all'aria, nonché a tutte le specie viventi. Una più attenta selezione delle fonti di approvvigionamento garantisce il rispetto delle tematiche ESG lungo tutta la catena di costruzione del valore, a beneficio dei fruitori finali.

FORMAZIONE ED ISTRUZIONE DEL PERSONALE

La volontà di un'azienda di predisporre programmi dedicati alla formazione e allo sviluppo del personale vede un aumento significativo dei profitti e un alto livello di soddisfazione del personale, che è vitale per una crescita aziendale sostenibile. Le principali conseguenze positive sono l'allineamento con gli obiettivi organizzativi, l'aumento della motivazione e dell'engagement, la condivisione delle conoscenze, la promozione dell'innovazione e il miglioramento dei processi aziendali.

TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LAVORO

Il monitoraggio e la gestione della sicurezza e salute sul lavoro e l'adozione di procedure definite permettono all'azienda di prevenire e mitigare il più possibile il verificarsi di eventi infortunistici e di danni alla salute di dipendenti e collaboratori.

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

Un prodotto di alta qualità può migliorare l'immagine dell'azienda e la reputazione del marchio. Ciò può portare ad un aumento delle vendite e allo sviluppo dell'azienda stessa. Infine, un servizio di alta qualità può migliorare l'efficienza operativa, ridurre i costi e migliorare la produttività dei dipendenti. Tuttavia, è importante gestire attentamente l'erogazione del prodotto/servizio per evitare impatti negativi come costi elevati o problemi di non conformità.

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

La gestione della relazione con i clienti aiuta l'azienda a costruire una relazione solida, con l'obiettivo di migliorarne costantemente la soddisfazione, creare un maggiore engagement, ridurre il numero di interruzione delle relazioni (customer retention) e, infine, ottimizzare la customer attraction.

COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA

Quello agroalimentare è un settore estremamente regolamentato, per tale ragione l'azienda deve adottare le migliori soluzioni per garantire la salute e sicurezza dei clienti, al fine di non riscontrare problemi di non conformità.

PRIORITIZZAZIONE DEI TEMI MATERIALI

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA

TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO

COMPLIANCE AMBIENTALE

GESTIONE DEL PACKAGING

GESTIONE DEI RIFIUTI

GESTIONE DELLE MATERIE PRIME

RICERCA E SVILUPPO

GESTIONE DELL'ENERGIA

ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS

SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

FORMAZIONE ED ISTRUZIONE DEL PERSONALE

TABELLA DI RACCORDO STANDARD INTERNAZIONALI

(SDGS, SASB ED EFRAG)

L'analisi di stakeholder engagement condotta durante il 2022 è stata utilizzata a supporto della validazione dei temi materiali, in modo tale che temi e impatti ad essi correlati siano rappresentativi del business aziendale e delle relazioni che Oropan intrattiene con il tessuto economico e sociale di appartenenza (per maggiori informazioni, si faccia riferimento al paragrafo 2.2 "Il coinvolgimento degli stakeholder").

Tale valutazione si basa, inoltre, sull'aggiornamento del benchmarking sui peer nazionali ed internazionali.

Per corroborare ulteriormente l'individuazione di questi temi, l'Azienda ha realizzato la **tabella di raccordo** a destra dove si richiama la coerenza tra i **temi materiali** e i **riferimenti normativi** e rendicontativi di riferimento al livello internazionale.

TEMI MATERIALI		SDGs	SASB	EFRAG
	ETICA E INTEGRITA' DI BUSINESS	8,16,17	Business Ethics	ESRS G1 Condotta aziendale
	RIGERCA E SVILUPPO	8,9	Business Model Resilience	ESRS G1 Condotta aziendale
	GESTIONE DELL'ENERGIA	7,13	Energy Management	ESRS E5 Risorse ed economia circolare
	GESTIONE DEI RIFIUTI	12	Waste & Hazardous Materials Management	ESRS E5 Risorse ed economia circolare
	GESTIONE DEL PACKAGING	9,12	Product Design & Lifecycle Management	ESRS E5 Risorse ed economia circolare
	COMPLIANCE AMBIENTALE	8,13	Management of the Legal & Regulatory Environment	ESRS E2 Inquinamento
	GESTIONE DELLE MATERIE PRIME	9,12	Ecological Impacts	ESRS E5 Risorse ed economia circolare
	FORMAZIONE ED ISTRUZIONE DEL PERSONALE	3,4	Labor Practices	ESRS S1 Forza lavoro propria
	TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LAVORO	3,4	Employee Health & Safety	ESRS S1 Forza lavoro propria
	QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO	3,8	Product Quality & Safety	ESRS S4 Clienti e utenti finali
	SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	8	Customer Welfare	ESRS S4 Clienti e utenti finali
	COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA	8	Business Model Resilience	ESRS G1 Condotta aziendale

SOSTENIBILITÀ

Il coinvolgimento degli stakeholder

Oropan ritiene che sia fondamentale instaurare e mantenere relazioni solide e durature con tutti i propri stakeholder, impegnandosi a stimolare un dialogo costante e coinvolgente come espressione della responsabilità verso il tessuto sociale ed economico con cui interagisce quotidianamente.



La consultazione frequente degli stakeholder rappresenta il fondamento stesso della cultura aziendale, che le consente di raccogliere e convogliare una vasta gamma di interessi diversi.

I criteri che soggiacciono a tutte le occasioni di coinvolgimento sono la trasparenza, l'inclusione, la chiarezza, l'attenzione alle questioni etiche, ambientali, sociali e la coerenza rispetto alle attività di Oropan.

Il dialogo si basa, infatti, sui principi dell'AccountAbility1000 Standard, che consentono di gestire eventuali criticità in modo responsabile e di perfezionare le azioni in risposta agli interessi degli stessi stakeholder.

Nel periodo considerato non sono emerse criticità nei rapporti con gli stakeholder.

La tabella presentata nella pagina seguente descrive le principali modalità di coinvolgimento degli stakeholder.

Inoltre, a partire dal 2022, le attività di Stakeholder Engagement correlate all'operatività aziendale sono state estese al processo di definizione dell'analisi di materialità, che ha visto coinvolte tutte le categorie di portatori d'interesse con l'obiettivo di individuare le tematiche ESG più rilevanti su cui concentrare l'impegno aziendale presente e futuro.

CATEGORIA	DESCRIZIONE	ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
DIPENDENTI	Chi opera alle dipendenze o per conto di Oropan, incluse le loro rappresentanze (es. sindacati).	Analisi del clima interno; Illustrazione periodica dei risultati; Momenti di formazione; Newsletter; Programmi di on-boarding per neoassunti; Incontri di formazione; Condivisione Codice Etico, MOGC e di altre tematiche attinenti agli ESG.	A seconda dei dipartimenti aziendali, settimanalmente o mensilmente.
CONSULENTI	Chi collabora con Oropan ma non alle sue dirette dipendenze (es. liberi professionisti).	Illustrazione periodica dei risultati; Newsletter; Programmi di on-boarding; Iniziative di coinvolgimento; Condivisione Codice Etico, MOGC.	A seconda dei dipartimenti aziendali, settimanalmente o mensilmente.
FORNITORI	Chi fornisce a Oropan materie prime, materiali, servizi, tecnologie.	Incontri dedicati; Condivisione Codice Etico, MOGC; Iniziative di coinvolgimento ad hoc.	Periodico secondo le modalità previste dai contratti in essere.
CLIENTI	Fruitori dei prodotti/servizi Oropan, comprese le associazioni dei consumatori.	Questionari di soddisfazione; Customer service dedicato; Condivisione Codice Etico, MOGC.	Periodico secondo le modalità previste dai contratti in essere.
INVESTITORI	Chi detiene o deterrà quote proprietarie all'interno di Oropan.	Videoconferenze; Incontri in presenza; Relazioni finanziarie periodiche; Sito web istituzionale.	Periodico.
SOCIETÀ E COMUNITÀ LOCALI	Il contesto sociale dei territori in cui si trova Oropan e che può influenzarne direttamente o indirettamente le attività.	Incontri e iniziative culturali; Incontri con rappresentanti delle associazioni, delle organizzazioni, della comunità locale; Visite scolastiche; Social network.	Periodico.
ISTITUZIONI	Il complesso delle istituzioni che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività societarie, (es: Università, Regione, Provincia, Comune presso il quale si trova o con cui interagisce la Società).	Incontri ad hoc; Informative societarie e finanziarie.	Periodico.
ISTITUTI FINANZIARI	Banche e istituti di credito che possono contribuire al finanziamento delle attività della Società.	Relazioni finanziarie periodiche; Sito web istituzionale; Condivisione Codice Etico, MOGC.	Periodico.
ASSOCIAZIONI E ONG	Associazioni e organizzazioni private, senza scopo di lucro, che possono agire in ambiti che influenzano direttamente o indirettamente le attività della Società, (es. associazioni ambientaliste, associazioni che si occupano di nutrizione umana, associazioni animaliste, associazioni di settore).	Incontri e iniziative culturali; Coinvolgimento mediante progetti.	Periodico.
MEDIA E STAMPA	Mezzi di comunicazione internazionali, nazionali e locali (es: televisione, stampa, radio e web) che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività di Oropan.	Sito web istituzionale; Social network.	Periodico.

SOSTENIBILITÀ

La strategia di sostenibilità

Nel corso del 2022, Oropan ha deciso di formalizzare un percorso strutturato per la definizione e lo sviluppo di politiche e iniziative di sostenibilità all'interno dell'Azienda.

La pianificazione e l'adozione di un approccio strategico alla sostenibilità sono diventati, di fatto, elementi fondanti dell'intera strategia aziendale.



L'Azienda ha ufficializzato il proprio impegno nel primo Piano Strategico di sostenibilità 2023-2025, fondato sui quattro pilastri che racchiudono l'impegno di Oropan rispetto alle tematiche di natura ambientale, sociale e di governance, integrandole con gli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU:



I. LA SOSTENIBILITÀ IN AZIENDA



II. LA CURA DELL'AMBIENTE



III. VALORE PER IL MERCATO, LA FILIERA E IL TERRITORIO



IV. INNOVAZIONE E CRESCITA ECONOMICA

PILASTRO I: LA SOSTENIBILITÀ IN AZIENDA

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Adottare politiche, procedure e presidi che integrino i fattori ESG all'interno dei processi Aziendali			
1.1 Ottenimento della certificazione ISO 14001	✓		
1.2 Ottenimento della certificazione ISO 37001	✓		
1.3 Ottenimento della certificazione SA8000	✓		
1.4 Comunicazione e formazione ad oggetto Codice Etico e MOGC 231, in particolare durante l'onboarding dei neoassunti	✓	✓	✓
OBIETTIVO 2 • Definire e rafforzare la struttura organizzativa in chiave ESG			
2.1 Istituzione del Comitato di sostenibilità e designazione Sustainability Manager	✓		
2.2 Pubblicazione annuale del Bilancio di sostenibilità	✓	✓	✓
2.3 Formalizzazione Piano Strategico di sostenibilità	✓		
OBIETTIVO 3 • Promuovere la diversity, la parità e le pari opportunità			
3.1 Ottenimento PDR 125	✓		
OBIETTIVO 4 • Promuovere l'empowerment dei dipendenti, sviluppando e tutelando il capitale umano			
4.1 Miglioramento impatto acustico nei locali adibiti alla produzione		✓	
4.2 Miglioramento del livello occupazionale sia da un punto di vista numerico che da un punto di vista di competenze professionali		✓	
4.3 Ottenimento della certificazione ISO 45001	✓		

PILASTRO II: LA CURA DELL'AMBIENTE

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Efficienza energetica			
1.1 Acquisto di nuovi impianti per la gestione del freddo con performance migliori dal punto di vista energetico e di utilizzo di gas refrigeranti	✓		
1.2 Svolgimento di un Audit energetico per individuare i centri di consumo al fine di ottimizzare la gestione dell'energia	✓		
1.3 Ottenimento della certificazione 50001		✓	
OBIETTIVO 2 • Materie prime			
2.1 Realizzazione nuovo impianto di stoccaggio e trattamento dell'acqua potabile per le attività di produzione	✓		
2.2 Ottenimento della ISCC PLUS per tracciamento della filiera dei materiali	✓		
OBIETTIVO 3 • Packaging aziendale			
3.1 Riduzione dell'imballaggio per unità di prodotto e utilizzo di Packaging monomateriale al fine di agevolare la differenziazione da parte del consumatore finale (in termini di raccolta differenziata)			✓
OBIETTIVO 4 • Riduzione degli sprechi ed economia circolare			
4.1 Implementazione dell'automazione nei processi produttivi volta alla riduzione dei rifiuti		✓	
4.2 Prioritizzazione della riduzione dei consumi energetici, dei rifiuti e delle emissioni e dell'acqua in ragione di ogni scelta aziendale			✓
4.3 Inserimento di Oropan all'interno di una piattaforma di simbiosi industriale	✓		

PILASTRO III: VALORE PER IL MERCATO, LA FILIERA E IL TERRITORIO

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Comunicazione trasparente			
1.1 Comunicazione dei principali risultati e obiettivi futuri in ambito ESG ai principali stakeholder	✓	✓	✓
OBIETTIVO 2 • Benessere del territorio e delle comunità			
2.1 Riqualificazione dell'area in cui ha sede l'Azienda			✓
2.2 Organizzazione di "Bread Class" aperte alla comunità locale		✓	
2.3 Donazione delle eccedenze prodotte dall'Azienda	✓	✓	✓
OBIETTIVO 3 • Valutazione ambientale e sociale dei fornitori			
3.1 Implementazione nel sistema aziendale della procedura di Valutazione Ambientale e Sociale degli Stakeholder, in particolare dei fornitori		✓	

PILASTRO IV: INNOVAZIONE E CRESCITA ECONOMICA

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Collaborazione con Università ed Enti di ricerca			
1.1 Allestimento, avviamento e messa a regime di un laboratorio per la R&S e relativa formazione		✓	
1.2 Sviluppo e validazione nuove formulazioni per la preparazione di pani e focacce a contenuto salutistico e funzionale			✓
1.3 Ottimizzazione processo di produzione di pane surgelato			✓
OBIETTIVO 2 • Digitalizzazione ed automazione			
2.1 Implementazione dell'attuale processo di tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti	✓	✓	
2.2 Razionalizzazione dei processi con conseguente minimizzazione degli sfridi di produzione		✓	



SOSTENIBILITÀ

Il sistema di certificazioni

Per strutturare processi interni volti al perseguimento degli ambiziosi obiettivi di affidabilità, qualità, sostenibilità e trasparenza, Oropan si è impegnata nell'ottenimento e nel mantenimento di una serie di certificazioni dei propri sistemi di gestione e dei propri prodotti.



Le certificazioni permettono all'Azienda di migliorare i processi interni, grazie al costante aggiornamento di politiche e procedure interne, e i propri prodotti, verificando la conformità degli stessi, nonché dei relativi processi di ottenimento, in ragione di requisiti e norme cogenti ad essi applicabili.

L'Azienda pone la massima attenzione al raggiungimento e al mantenimento di elevati standard di integrità, qualità, sicurezza e controllo dei rischi. Da sempre impegnata ad ottenere certificazioni che attestino con trasparenza i processi e i risultati aziendali, Oropan ha sviluppato una strategia che coinvolge tutte le attività dell'Azienda, fornendo linee guida e procedure dettagliate in ogni sua divisione. Tale strategia indirizza gli impegni aziendali nel raggiungimento dell'eccellenza, garantendo prodotti sicuri e di massima qualità, conformi e rispondenti alle preferenze dei consumatori.

Il Sistema di Gestione delle certificazioni dell'Azienda rappresenta, infatti, uno dei motori per il miglioramento continuo e costituisce una parte integrante della sua strategia di sostenibilità. Nelle tabelle seguenti vengono dettagliate le certificazioni, distinte in certificazioni di sistema e di processo, in possesso dell'Azienda al 31.12.2022.

CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO AL 31.12.22

CERTIFICAZIONE DOP

(Denominazione di Origine Protetta)



Oropan è socio del Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione del Pane di Altamura a D.O.P., (riconoscimento che il Pane di Altamura, primo pane in Europa, ha conseguito nel 2003). Consorzio nato per la tutela, la promozione e la valorizzazione di un alimento a denominazione di origine protetta, espressione della tradizione gastronomica del territorio. Tale riconoscimento obbliga tutti i componenti della filiera (agricoltori, molini, panifici) a rispettare scrupolosamente gli obblighi previsti dal Disciplinare di Produzione. Il disciplinare di produzione, il suo controllo e la verifica continuativa sui produttori che adottano tale certificazione costituisce una garanzia sia per il consumatore finale sia nei confronti degli stessi produttori, ponendoli al riparo di eventuali imitazioni e concorrenza sleale

CERTIFICAZIONE BIOLOGICO



È stata acquisita da Oropan per la produzione di pane e panini freschi e surgelati. Con tale certificazione si garantisce al consumatore che tutta la filiera, dal campo alla tavola, sia conforme ai requisiti del Reg. UE 848/2018 e che i prodotti rispettino i canoni della filiera sostenibile: dalla tracciabilità delle materie prime, all'uso limitato di sostanze chimiche, sia dal campo che in ogni fase di trasformazione, fino ad arrivare al prodotto finito preservando l'ambiente ed i suoi ecosistemi.

CERTIFICAZIONI DI SISTEMA AL 31.12.22

UNI EN ISO9001

La certificazione ottenuta da Oropan dal 1999 rappresenta il sistema di gestione di riferimento per un'organizzazione che intenda pianificare, attuare, monitorare e migliorare sia i processi operativi che quelli di supporto, progettando e implementando il sistema di gestione qualità come mezzo per raggiungere gli obiettivi. Il cliente e la sua soddisfazione sono al centro della ISO 9001, ogni attività, applicazione e monitoraggio delle attività/processi è infatti volta a determinare il massimo soddisfacimento del cliente (e, se applicabile, utilizzatore finale).



IFS - (International Featured Standard)

Lo Standard IFS Food è stato istituito per verificare la conformità dei fornitori riguardo ai requisiti cogenti e di sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti alimentari. La certificazione IFS è un presupposto indispensabile per le aziende di preparazione e trasformazione di prodotti alimentari da destinare alla GDO europea, in particolare quella tedesca, francese ed italiana. Lo standard, riconosciuto a livello internazionale in ambito GFSI (Global Food Safety Initiative), è volto a garantire la sicurezza alimentare e la qualità dei processi delle industrie produttive, supportando specialmente le organizzazioni nell'attività quotidiana di controllo della qualità.



I requisiti ed i criteri operativi definiti dalla norma si articolano sulle Responsabilità della Direzione, sul Sistema di Gestione della Qualità e della Sicurezza dei Prodotti Alimentari, sulla Gestione delle Risorse, sulla Pianificazione e sul processo di produzione, oltre che sulle misurazioni, analisi, miglioramenti e sulla Food Defense. Lo Standard IFS Food è sicuramente uno degli standard più esigenti da implementare in un'azienda alimentare, in quanto la norma prevede il soddisfacimento di oltre 300 requisiti tecnici.

Oropan ha ottenuto tale certificazione la prima volta nel 2008 intraprendendo un costante livello di miglioramento continuo. Come per il BRC Food certificate, dal 2020 Oropan ha aderito al protocollo di verifiche non preannunciate a conferma dell'assoluto livello di confidence raggiunto in termini di gestione della sicurezza alimentare. Nel corso dell'esercizio 2022 la Oropan ha conseguito il grado Higher Level con un punteggio di 99,01%.

CERTIFICAZIONI DI SISTEMA AL 31.12.22

BRC FOOD CERTIFICATE BRCGS GLOBAL STANDARD FOR FOOD SAFETY

(Brand Reputation through Compliance Global Standards)



Certificazione emessa dal BRCGS Global Standard for Food Safety (Brand Reputation through Compliance Global Standards).

Lo Standard BRC Food definisce i requisiti per la produzione di alimenti sicuri ed i criteri per la gestione della qualità dei prodotti proposti da fornitori e rivenditori, al fine di soddisfare le aspettative dei clienti e tutelare il consumatore.

L'applicazione di questo standard è un presupposto indispensabile per poter esportare i propri prodotti nel mercato britannico.

Lo standard, riconosciuto a livello internazionale in ambito GFSI (Global Food Safety Initiative), è volto a garantire la sicurezza e qualità dei prodotti, in quanto strumento efficace nel dimostrare l'adempimento di tutti gli obblighi previsti dalle norme e regolamenti cogenti in materia di sicurezza alimentare.

Lo standard BRC, sviluppato in Inghilterra nel 1998 da British Retail Consortium, è stato ottenuto da Oropan dal 2008 come riconoscimento dell'impegno continuo che l'azienda pone nei confronti della sicurezza, della qualità e del rispetto delle norme che regolano il settore agroalimentare, garantendo un livello di eccellenza in termini di sicurezza alimentare, nei confronti di clienti, fornitori, consumatori.

La certificazione prevede l'assegnazione di un punteggio a seconda del livello di competenza ed applicazione dello standard stesso e la Oropan dal 2019 ha ottenuto il GRADE AA e dal 2020 ha aderito al protocollo delle verifiche non annunciate.

Nel corso dell'esercizio 2022 la Oropan ha confermato il GRADING ottenendo come risultato GRADE AA+, che rappresenta il risultato massimo raggiungibile da un'azienda alimentare, a conferma di un percorso di miglioramento continuo che ha fatto del suo sistema di gestione un benchmark di riferimento per le aziende alimentari che producono prodotti da forno.

LE ESPORTAZIONI

Per la gestione di questo aspetto è stata fatta una registrazione al **Sistema REX** sviluppato dalla **Comunità Europea** con cui la Oropan ha ottenuto l'attribuzione del numero **REX ITREXIT04419810728** che la qualifica **esportatore registrato** e che **certifica l'origine delle merci** nell'ambito del Sistema delle Preferenze generalizzate (SPG) e nel quadro di alcuni accordi commerciali preferenziali.

Si fa presente che l'azienda ha conseguito dal dicembre 2021 la nuova **registrazione presso dogana cinese (GACC)** ai sensi del Decreto Cinese 248 oltre ad aver ottenuto e mantenuto la **registrazione FDA** valida per le **esportazioni nel mercato statunitense** che prevede un rinnovo biennale.

LE CERTIFICAZIONI IN ITINERE

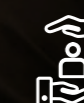
Seppur non afferenti all'anno di rendicontazione oggetto del presente documento, al quale si fa riferimento all'interno della nota metodologica, Oropan desidera comunicare ai propri stakeholder l'ottenimento nel corso del 2023 delle **certificazioni ISO 14001 ed SA8000**.

Tali certificazioni suggellano la conclusione del percorso iniziato durante gli anni precedenti, a testimonianza di un iter progressivo e costante di valorizzazione della struttura organizzativa, motrice di una **sostenibilità sempre più integrata e funzionale** per il raggiungimento degli obiettivi ESG.

In relazione alle proprie performance socio-ambientali, in particolare, l'Azienda si è certificata ISO 14001 (sistema di gestione ambientale).

Non meno strategica, è la certificazione SA8000 legata alla gestione della responsabilità sociale dell'Azienda.

Si comunica, inoltre, l'inizio dell'iter volto all'ottenimento delle certificazioni:



Standard UNI ISO 45001 relativo alla salute e sicurezza delle persone;



Standard UNI ISO 37001 relativo alla prevenzione della corruzione;



UNI PDR 125 relativo alla parità di genere

CAPITOLO 3

GOVERNANCE, ETICA E INTEGRITÀ

3.1 La governance di Oropan

3.2 Gli organi di governance

3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile

3.3.1 *Etica ed integrità di business*

3.3.2 *Il MOGC 231*

3.4 Il Codice Etico



Corporate

LA GOVERNANCE

La governance aziendale è posta a garanzia della legittimità delle decisioni e delle azioni legate all'acquisizione e all'allocazione delle risorse, alla loro gestione e al raggiungimento dei risultati.

L'aspetto economico è di primaria importanza nell'approccio alla sostenibilità. La creazione di valore aziendale permette di aumentare il capitale economico dell'azienda, conducendo alla ricerca di una maggiore redditività.

Pertanto, è essenziale migliorare la gestione e il controllo dei rischi e la qualità delle relazioni esterne per raggiungere qualsiasi obiettivo.

All'interno del presente capitolo verranno dettagliate le responsabilità degli organi di governance, i meccanismi atti a garantire la trasparenza e l'accountability, la gestione dei rischi, la tutela dei diritti degli azionisti e la promozione di pratiche etiche e di integrità.

GOVERNANCE

La governance di Oropan

Oropan è una S.p.A. le cui quote azionarie sono detenute per il 90% da Oropan International S.A.R.L. e per il restante 10% dal fondatore Vito Forte.

Il modello di corporate governance a cui Oropan aderisce prevede una struttura organizzativa verticistica di tipo “tradizionale” e risponde all’esigenza di integrare il più possibile il principio di creazione di valore per tutti i portatori di interesse dell’Azienda.



Nel dicembre del 2018, l’Azienda ha adottato un nuovo modello di governance, nominando, al posto dell’Amministratore Unico pro-tempore, un Consiglio di Amministrazione.

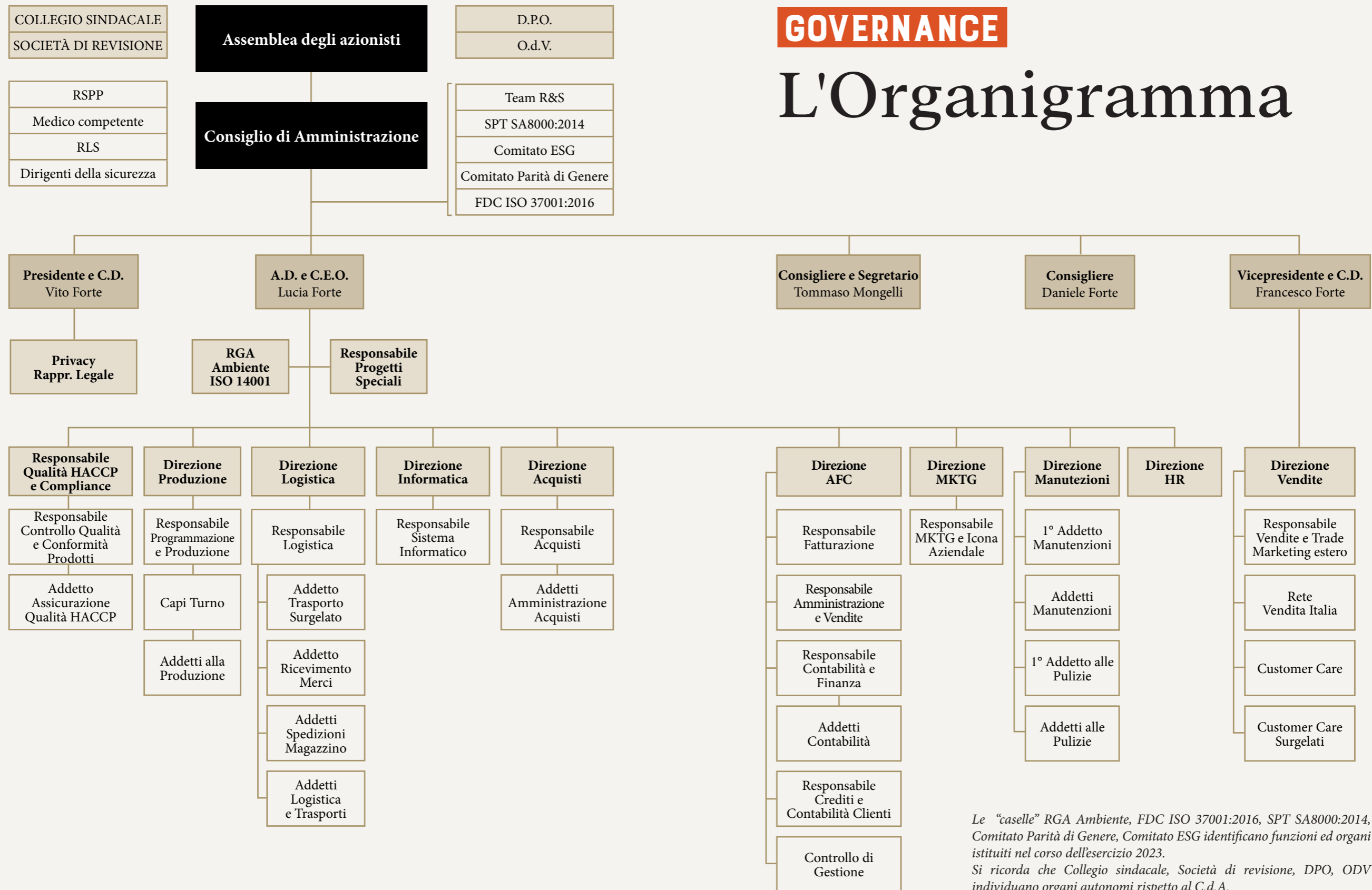
Il sistema di governance prevede la presenza di un Consiglio di Amministrazione (con funzioni amministrative) e di un Collegio Sindacale (con funzioni di vigilanza), entrambi nominati dall’Assemblea degli Azionisti.

Il suddetto sistema è basato su principi e procedure codificate, volti a garantire la massima trasparenza e correttezza nella gestione dell’impresa nei confronti di tutti gli stakeholder. La revisione legale dei conti è affidata ad una società di revisione di primaria importanza.



GOVERNANCE

L'Organigramma



Le "caselle" RGA Ambiente, FDC ISO 37001:2016, SPT SA8000:2014, Comitato Parità di Genere, Comitato ESG identificano funzioni ed organi istituiti nel corso dell'esercizio 2023. Si ricorda che Collegio sindacale, Società di revisione, DPO, ODV individuano organi autonomi rispetto al C.d.A.

GOVERNANCE

Gli organi di governance

LA NOSTRA STRUTTURA:



IL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE



IL COLLEGIO
SINDACALE



LA SOCIETÀ
DI REVISIONE



L'ORGANO
DI VIGILANZA
COLLEGIALE



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il sistema di corporate governance dell'Azienda prevede una struttura organizzativa verticistica di tipo "tradizionale".

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile della gestione ordinaria e straordinaria e riveste un ruolo cruciale nel sistema di governo societario, deliberando in merito alle operazioni con un significativo rilievo strategico, economico-finanziario, nonché di sostenibilità, e compiendo tutti gli atti ritenuti idonei e opportuni per il perseguimento dell'oggetto sociale.

Il Consiglio si compone di cinque membri, di cui un Presidente, un Amministratore Delegato, un Vicepresidente e due Consiglieri.

I meccanismi di nomina e sostituzione del Consiglio di Amministrazione sono contenuti nello Statuto. Gli **amministratori** durano **in carica fino a tre esercizi sociali** e sono rieleggibili.

Il Consiglio di Amministrazione ha i più ampi poteri, con liceità di **compiere tutti gli atti ritenuti necessari** per il conseguimento degli **scopi sociali**, esclusi solo quelli che, per legge o da disposizioni statutarie, sono riservati alla competenza dell'Assemblea dei Soci.

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

NOME E COGNOME	F/M	NASCITA	NOMINA	CARICA
Vito Forte	M	09/02/43	13/06/2022	Presidente
Lucia Forte	F	09/08/67	13/06/2022	AD
Francesco Forte	M	21/08/70	13/06/2022	VP
Daniele Forte	M	27/09/78	13/06/2022	Consigliere
Tommaso Mongelli	M	05/02/67	13/06/2022	Consigliere

La scadenza di tutte le cariche del Consiglio di Amministrazione è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2022.

COMPOSIZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE

NOME E COGNOME	F/M	NASCITA	NOMINA	CARICA
Francesco Campobasso	M	16/01/70	10/07/2020	Presidente
Luca Laurini	M	10/08/62	10/07/2020	Sindaco
Tommaso Porziotta	M	17/05/69	10/07/2020	Sindaco
Eleonora De Giorgi	F	26/03/74	10/07/2020	Sindaca Supplente
Antonietta Lomurno	F	08/05/71	10/07/2020	Sindaca Supplente

La scadenza del mandato del Collegio Sindacale è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2022.

La scadenza del mandato è prevista per la data dell'Assemblea di approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica.

Nel corso dell'esercizio 2022 il **Consiglio di Amministrazione** si è **riunito n. 8 volte** e la **partecipazione** dei Consiglieri alle riunioni è stata pari al **98%**. La scadenza di tutte le cariche del Consiglio di Amministrazione è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2022.

IL COLLEGIO SINDACALE

Al Collegio Sindacale spetta il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi amministrativi-contabili e sull'adeguatezza della struttura organizzativa dell'Azienda e del sistema di controllo interno.

Il Collegio si compone di un Presidente, due Sindaci effettivi e due supplenti, dotati dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dalla legge.

I **Sindaci** operano con autonomia e indipendenza, devono mantenere la massima riservatezza in ordine ai documenti ed alle informazioni acquisiti nello svolgimento del loro incarico e rispettare la procedura





adottata per la comunicazione all'esterno di documenti e notizie riguardanti la Società.

Il Collegio Sindacale e la Società di Revisione si scambiano i dati e le informazioni rilevanti per l'espletamento dei rispettivi compiti.

Il Collegio Sindacale deve riunirsi almeno **ogni novanta giorni**. La scadenza del mandato del Collegio Sindacale è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2022.

LA SOCIETÀ DI REVISIONE

La revisione legale dei conti della Società è esercitata da una società di revisione legale, iscritta in apposito registro istituito dal D.Lgs. 39/10 e nominata dall'assemblea ai sensi della normativa applicabile, che effettua la revisione dei bilanci e verifica periodicamente la contabilità.

L'Assemblea dei Soci ha conferito l'incarico per la revisione legale dei conti del bilancio d'esercizio alla società **DELOITTE & TOUCHE** con sede in via Tortona 25 a Milano. La scadenza del mandato coincide con l'approvazione del Bilancio di esercizio al 31-12-2022.

L'ORGANO DI VIGILANZA COLLEGIALE

L'Organismo di Vigilanza (OdV) ha il compito di vigilare sulla corretta attuazione del Codice Etico e del Modello Organizzativo e di Gestione ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (MOGC).

L'OdV, dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo, è nominato dal Consiglio di Amministrazione che gli attribuisce il compito di garantire il rispetto delle norme e delle procedure interne, di vigilare sulla corretta gestione dei rischi, di verificare la conformità delle attività aziendali alle normative e ai valori etici dell'Azienda, nonché di segnalare eventuali violazioni.

L'OdV suggerisce, inoltre, eventuali aggiornamenti del MOGC e del Codice Etico, anche sulla base del continuo flusso informativo che l'organizzazione aziendale deve garantire sulle attività svolte.

Infine, l'OdV ha il compito di promuovere la diffusione di una cultura aziendale orientata alla legalità e alla trasparenza, anche attraverso la **pianificazione di attività**

di formazione e informazione per i dipendenti e i collaboratori dell'Azienda.

Ciascun dipendente e collaboratore della Società può segnalare eventuali comportamenti non conformi al MOGC e al Codice Etico.

L'OdV agisce in modo da assicurare che gli autori delle segnalazioni non siano oggetto di eventuali forme di ritorsione derivanti dalle stesse, garantendo la **riservatezza** circa la loro identità.

È stata programmata, infine, l'implementazione dello strumento del **whistleblowing**, che permette ai dipendenti di segnalare o denunciare all'OdV condotte illecite, irregolarità o comportamenti scorretti da parte dei membri dell'Organizzazione stessa, del quale si venga a conoscenza in ragione del rapporto di lavoro, senza rischiare ritorsioni o discriminazioni.

L'OdV provvederà tempestivamente ad un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente il responsabile della presunta violazione e garantendo comunque un corretto utilizzo di tale strumento.

L'Organismo di Vigilanza (OdV) si compone di **3 membri**, tra cui il Presidente rappresentato da un legale donna, un ingegnere elettronico (entrambi componenti esterni all'Organizzazione) e dal referente del team di Ricerca e sviluppo (componente interno). L'OdV ha una **durata triennale**.

In occasione del CdA del 29 dicembre 2022, il mandato dell'OdV è stato confermato per ulteriori 3 esercizi.

GOVERNANCE

I presidi per la gestione di un business responsabile

Il presidio di Oropan sui temi di sostenibilità si traduce anche nella gestione quotidiana di tutte le attività, che vengono svolte nel segno della massima trasparenza, legalità e correttezza, secondo i più elevati standard di condotta.

Per garantire il rispetto di tali principi, l'Azienda ha adottato volontariamente un Codice Etico e un Modello Organizzativo e di Gestione (MOGC), che rivestono un ruolo fondamentale nei rapporti tra l'Azienda e tutti i suoi stakeholder.



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

La politica in materia di Etica ed integrità di business di Oropan è, di fatto, fondata sulla responsabilità sociale di impresa (R.S.I.) che è posta a garanzia dell'equilibrio tra il perseguimento degli obiettivi di carattere economico-imprenditoriale, e quelli di natura etica, sociale e ambientale, ponendo come fine ultimo il benessere della collettività, nel pieno rispetto della mission, vision e filosofia aziendale.

Da molti anni, Oropan ha individuato i **valori fondamentali** che ritiene imprescindibili, come punto di partenza per la definizione della propria **identità aziendale**:

- Le **Convenzioni e le Raccomandazioni Internazionali del Lavoro** emanate dall'ILO, (International Labour Organization);
- La **Dichiarazione Universale dei Diritti Umani** dell'ONU;
- La **Carta della Terra** redatta dall'Earth Council;
- I **X Principi** richiamati nel **Global Compact** dell'ONU.



IL SISTEMA DI CONTROLLO

L'efficacia delle politiche e delle procedure aziendali, in materia di etica ed integrità di business, viene costantemente verificata da diversi organismi quali, i Responsabili di funzione, il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale, la società di revisione e l'Organo di Vigilanza.

Inoltre, la gestione quotidiana delle attività viene periodicamente verificata da un sistema di controllo interno, dagli stessi clienti e da enti pubblici o di certificazione che – con o senza preavviso – svolgono controlli ed audit atti a validare o meno l'efficienza e l'efficacia dei processi interni di gestione.

In tal senso, l'Azienda ha predisposto un **flusso informativo periodico a beneficio dell'OdV** per facilitarne l'accesso a informazioni e documenti (per maggiori informazioni, si faccia riferimento al paragrafo 3.2 "L'Organo di Vigilanza Collegiale").

Il risultato di tali analisi si traduce in una serie di **relazioni e verbali**, predisposti dai vari organismi, che individuano **eventuali "near miss"** o **non conformità** rispetto alle procedure adottate e i relativi **strumenti di miglioramento**,

DPO

Dal 2020, Oropan ha adottato una procedura interna di **gestione della privacy** al fine di garantire la massima conformità possibile allo **Standard di Compliance Data Protection** previsto dal **Regolamento europeo 679/2016** sulla protezione dei dati personali (GDPR) e dalla **normativa italiana** di recepimento (D. Lgs. n. 101/2018 che modifica il D. Lgs. n. 196/03).

Il ruolo di **Data Protection Officer (DPO)** è ricoperto da un professionista esterno altamente specializzato, dotato di competenze normative, informatiche, di risk management e di analisi dei processi.

In base all'art. 39, par. 1 del GDPR, il DPO agisce in piena autonomia e indipendenza, con il compito di **vigilare sull'osservanza del GDPR** da parte della Società, raccogliere informazioni sui trattamenti svolti, verificare la loro conformità, fornire consulenza e assistenza al titolare del trattamento dei dati nella valutazione d'impatto sulla protezione dei dati, collaborare con l'autorità di controllo e fungere da punto di contatto per questioni connesse al GDPR.

SALUTE E SICUREZZA

La **salute** e la **sicurezza sul lavoro** sono una priorità assoluta per Oropan e sono indispensabili per tutte le attività aziendali. La gestione di queste responsabilità è condivisa tra diverse figure professionali, tra cui il Datore di Lavoro, il Medico Competente, il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) e il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

Il **Medico Competente** collabora con l'Azienda nella valutazione dei rischi e nella stesura del **DVR**, valuta l'idoneità dei lavoratori a svolgere le loro mansioni e comunica l'andamento della sorveglianza sanitaria alle autorità competenti. Il **RSPP** lavora insieme alle figure sopra citate per garantire condizioni di lavoro conformi agli standard di sicurezza nazionale e contribuisce alla redazione del DVR. Il **RLS** è eletto o designato per rappresentare i lavoratori per tutti gli aspetti relativi alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro.

Inoltre, l'Azienda ha definito un **organigramma della sicurezza** per una gestione adeguata del sistema e per definire i ruoli di preposti e altri addetti alla sicurezza.

corredati da KPIs quali-quantitativi. Le attività di **analisi** e di **controllo** vengono svolte sia dagli organi interni che dagli enti terzi di certificazione e di vigilanza, così come dettagliato all'interno di questo capitolo.

Nel corso dell'ultimo anno non risultano segnalazioni relative a carenze circa l'efficacia delle politiche/procedure in materia di etica ed integrità di business.

UN SISTEMA DI GESTIONE SOLIDO ED AGGIORNATO

Oropan è un'azienda impegnata a implementare, aggiornare, informare e formare costantemente il proprio personale in relazione al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC) e al Codice Etico.

È importante sottolineare che, a seguito dell'introduzione delle norme sui nuovi reati presupposto collegate al Decreto Legislativo n. 231/2001, Oropan ha completato nel primo semestre del 2022 un processo di miglioramento e aggiornamento che ha coinvolto sia i dipendenti che una società di consulenza specializzata.

Durante questo processo, è stata

condotta un'approfondita **analisi di valutazione dei rischi** delle procedure aziendali al fine di **verificare l'efficacia** e l'adeguatezza del sistema e del **MOGC**.

Questa valutazione ha permesso di **identificare** eventuali punti deboli o **aree di miglioramento** che sono state affrontate e risolte. Tale analisi ha confermato l'adeguatezza delle procedure preesistenti a fronte dei nuovi reati presupposto introdotti nel D. Lgs. 231/01 con le normative Direttiva PIF D.Lgs. n. 75/2020 e D.L. n. 124/2019.

Oropan riconosce l'importanza di mantenere un sistema di gestione solido e aggiornato per prevenire e contrastare comportamenti illeciti all'interno dell'azienda. Continuerà a **monitorare** attentamente l'evoluzione delle leggi e dei regolamenti e ad apportare le necessarie modifiche al MOGC e al Codice Etico per garantire la conformità e l'efficacia nel tempo.



ETICA ED INTEGRITÀ DI BUSINESS



In data 12 aprile 2022, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha riconfermato ad Oropan il **Rating di Legalità** con il punteggio **★★++**. Tale riconoscimento è stato ottenuto per la prima volta nel marzo 2020 e l'**elevato punteggio** assegnato è un importante riconoscimento che testimonia la **buona condotta e l'integrità con cui viene gestita l'Azienda**, in primis, da parte degli amministratori, nel rispetto di elevati standard di legalità e di comportamento etico in ambito aziendale.

Importante notare che tale attribuzione ha rilevanti **effetti anche economici** in quanto molte valutazioni da parte degli enti finanziari e di altre terze parti, come gli enti pubblici nella misura delle **agevolazioni**, si arricchiscono del rating per concedere **vantaggi** in termini di **tassi di interesse e/o di contributi**.

Oropan si pone, così, come unicum nel panorama del Sud Italia e si assume l'onere e l'onore di essere **brand virtuoso** in particolare **per la governance aziendale**. L'importante riconoscimento ottenuto dall'Azienda è da considerarsi ancor più prestigioso, se si pensa che Oropan è tra le poche aziende del Sud Italia, ad aver ottenuto tale risultato con un rating così elevato.

IL MOGC 231

Dal gennaio 2020, Oropan si è dotata di un **Modello di Organizzazione e Gestione** ai sensi e per gli effetti del Decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, in materia di responsabilità amministrativa degli enti idoneo a identificare e prevenire la commissione di alcuni reati. L'adozione del Modello, così come i suoi successivi aggiornamenti, sono frutto di un **percorso di risk assessment** che ha garantito l'individuazione di regole interne e di protocolli in riferimento alle principali aree di potenziale rischio e la **definizione di standard di comportamento** e di controllo idonei a prevenire la commissione di possibili reati.

Come già dettagliato all'interno del paragrafo 3.2, a supporto dell'attività è nominato un **OdV** che, dotato di pieni poteri di autonomia ed indipendenza, ha lo specifico mandato di vigilare sull'**idoneità** e sull'applicazione del Modello stesso attraverso poteri ispettivi e di controllo che gli sono riconosciuti.



GOVERNANCE

Il Codice Etico

Il Codice Etico di Oropan, in vigore dal 1° settembre 2018, definisce valori e principi base dell'operato aziendale e costituisce una guida di riferimento per il comportamento di quanti collaborano, a vario titolo, nel raggiungimento degli obiettivi e nello svolgimento delle attività quotidiane dell'Azienda. Oropan ha ritenuto necessaria l'adozione di un proprio Codice Etico di comportamento che definisca chiaramente i principi che i propri Soci, Amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori e partner commerciali devono rispettare.

La conoscenza e il rispetto del Codice Etico sono considerati condizioni essenziali per garantire la trasparenza e la reputazione aziendali.

S.p.A.
CODICE ETICO



Tutti gli stakeholder sono, quindi, tenuti ad uniformarsi ai principi sanciti dal Codice Etico diffuso attraverso i canali di comunicazione della Società. La violazione del Codice Etico ad opera di lavoratori dipendenti della Società costituisce inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro e dà luogo all'applicazione delle sanzioni disciplinari. Anche le violazioni poste in essere da parte di amministratori, collaboratori, fornitori o da altri terzi collegati alla Società da un rapporto contrattuale non di lavoro dipendente, fanno scaturire l'applicazione di provvedimenti e sanzioni conseguenti. Il rispetto del Codice Etico è, altresì, garantito dalla presenza dell'**Organismo di Vigilanza** ex D. Lgs 231/01.

Il 2022 ha visto l'**aggiornamento del Codice Etico** al fine di includere i nuovi paragrafi relativi al monitoraggio e verifica della sua corretta applicazione, del sistema sanzionatorio e del controllo della qualità e soddisfazione del cliente. Infine, sono stati adeguati alcuni paragrafi inerenti la **Responsabilità Sociale d'Impresa** e le future **certificazioni** da implementare, i cui principi e regole sono già recepiti all'interno del sistema, prima tra tutte, la **SA8000**, che tratta specificatamente i seguenti principi: lavoro infantile e giovani lavoratori, lavoro forzato e obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro, retribuzione e sistema di gestione.

Per assicurare che tutti i dipendenti fossero adeguatamente formati a tal riguardo, nel 2022, sono state organizzate due **sessioni formative**, di cui una rivolta agli impiegati e l'altra agli operai. Il Codice etico è stato aggiornato con delibera del CdA in data 25 luglio 2022.

CAPITOLO 4

RESPONSABILITÀ ECONOMICA

- 4.1 Andamento della gestione
- 4.2 Evoluzione prevedibile della gestione
- 4.3 Analisi Economico Finanziaria del settore di riferimento
- 4.4 Le performance di bilancio
- 4.5 Riclassificazione e valore aggiunto
- 4.6 Rischi finanziari e non finanziari
- 4.7 Innovazione
- 4.8 Internazionalizzazione
- 4.9 Prospettive di sviluppo:
Progetto PIA 2020- 2025

ASPETTO ECONOMICO

Nel contesto dell'approccio alla sostenibilità aziendale, l'aspetto economico riveste un ruolo di primaria importanza. La creazione di valore rappresenta un fattore determinante per l'aumento del capitale economico di un'impresa e costituisce una misura fondamentale del suo stato di salute. La disamina verterà, in particolare, sugli impatti economici positivi generati dell'Azienda sulla comunità locale e sulla società nel suo insieme, attraverso l'occupazione, l'innovazione, la creazione di valore aggiunto e l'impegno nei confronti dei fornitori locali.

Il presente capitolo, inoltre, offre una panoramica dettagliata delle performance economiche-finanziarie di Oropan durante l'anno in esame. Lo scopo principale consiste nel fornire una valutazione completa e trasparente delle attività economiche dell'Azienda, analizzandone i risultati finanziari e mettendoli in relazione agli obiettivi di sostenibilità. A tale scopo, i paragrafi di questo capitolo sono stati tratti dalla Relazione alla gestione dell'esercizio 2022 redatta secondo le previsioni di cui all'articolo 2428 del Codice civile ed inclusa nel set documentale del Bilancio civilistico 2022, certificato da una delle principali società di revisione a livello internazionale.

ECONOMIA

Andamento della gestione

In un contesto socioeconomico generale ancora straordinario, i risultati economico-finanziari conseguiti nel 2022 evidenziati dai documenti di Bilancio sono in netto miglioramento rispetto al 2021.

Nonostante l'aumento generalizzato dei costi delle materie prime, imballi e fonti energetiche che ha caratterizzato tutto l'esercizio, il Bilancio 2022 chiude con un utile dopo le imposte di €6.939.545, in crescita rispetto al dato dell'esercizio 2021 di €3.975.588, (+75%).



Il dato è ancor più apprezzabile considerando che esso include ammortamenti e accantonamenti complessivamente pari ad €3.097.962 ed imposte d'esercizio pari ad €2.761.587.

Il conseguente EBITDA 2022 di €12.817.043 è in crescita (+48%), rispetto al EBITDA del 2021 di €8.677.531.



CONSIDERAZIONI ECONOMICHE DAL BILANCIO D'ESERCIZIO

Il rilevante utile d'esercizio 2022 è stato determinato principalmente dalle positive dinamiche che hanno influenzato le voci di conto economico caratteristiche dell'attività di Oropan.

Dai dati presenti nel Bilancio d'esercizio del 2022, si può osservare che alla data del 31 dicembre 2022, i ricavi delle vendite e delle prestazioni ammontano a € 36.687.764, mostrando un notevole aumento, pari a € 7.403.089 (+25%), rispetto all'anno precedente.



Grazie ad un'attenta politica commerciale, l'attesa spinta inflazionistica, che ha colpito tutto il mercato alimentare ed in particolare i prodotti da forno, è stata assorbita in modo efficace, permettendo di mantenere inalterati i rilevanti volumi di vendita raggiunti nell'esercizio precedente di circa 16 milioni di kg di prodotto. Come meglio evidenziato nelle pagine che seguono sulle performance economiche, si sottolinea anche l'efficace azione di Oropan nel suo quotidiano confronto con l'aumento generalizzato dei prezzi di tutti i costi nel corso dell'ultimo biennio.

Nel corso del 2022, l'azienda ha inevitabilmente subito l'incremento dei costi di acquisto delle materie prime, imballi, semilavorati e fonti energetiche. In particolare, la variazione di tali costi registrata nel 2022 rispetto al 2021 è stata del +41%, portando la loro incidenza sui ricavi al 35% (+4% rispetto al 2021).

A tale incremento si registra, invece, una più contenuta crescita dei costi per servizi pari al 17,9% e degli altri costi di produzione che hanno portato il peso di tutti i costi della produzione rispetto ai ricavi delle vendite da un 86,5% del 2021 al 80,5% registrato nell'esercizio 2022.



6.939.545 €

utile netto
(+75% rispetto al 2021)



39.249.062 €

valore della produzione
(+28% rispetto al 2021)



36.687.764 €

ricavi delle vendite
(+25% rispetto al 2021)



33.012.502 €

patrimonio netto
(+26% rispetto al 2021)



6.490.000 €

capitale sociale



590.000 AZIONI

dal val. nom. di € 11,00 cad.
(capitale sociale)



39.256.878 €

val. economico generato
(+27% rispetto al 2021)



32.398.833 €

val. economico distribuito
(+35% rispetto al 2021)



83% DEL VALORE ECONOMICO

distribuito sul generato

L'adeguata politica degli acquisti è riuscita a contenere gli aumenti dei prezzi registrati nell'ultimo biennio e ha portato al raggiungimento di ottime performance sulle altre componenti di acquisto dei servizi necessari alla gestione aziendale.

Si vuole evidenziare che, nonostante l'incertezza che ha caratterizzato la situazione macroeconomica dell'ultimo biennio, Oropan ha confermato, come da tanti anni, una **scelta strategica coraggiosa**: quella di **investire** gli utili d'esercizio in **progetti mirati** e ben ponderati quali fonti imprescindibili di crescita e successo.

Oropan ha riconosciuto che in un contesto mutevole e complesso come quello attuale, è necessario essere **proattivi** e adottare un approccio **orientato al futuro**.

Attraverso una **pianificazione oculata** degli **investimenti**, l'Azienda è in grado di sviluppare nuove opportunità di mercato, ampliare la propria capacità produttiva, migliorare l'efficienza operativa e raggiungere una maggiore competitività.

La decisione di puntare sugli investimenti è segno di una **leadership lungimirante** e di un **impegno a lungo termine** volto al successo e allo sviluppo della realtà aziendale.

Considerazioni economiche dal bilancio civilistico

VOCI	2022	2021	Delta 2022-2021
Valore della produzione (VdP)	39.249.062 €	30.779.872 €	28%
Ricavi delle vendite (RV)	36.687.764 €	29.284.675 €	25%
Costi del personale/RV	18%	21%	-14%
Acquisti di merci/RV	35%	31%	13%
Acquisti di servizi/RV	18%	21%	-14%
Godimento beni di terzi/RV	0,07%	0,07%	-
Oneri diversi di gestione/RV	1,3%	1,5%	-16,3%

Dettaglio delle quantità di prodotti venduti, quantità nette fatturate e relativo fatturato lordo confrontato nei relativi esercizi 2022-2021-2020.

ANNO	2022	2021	2020
Quantità Prodotte (in tons)	16.305	16.440	15.386
Reso su invenduto Pdv (in tons)	390	353	299
Quantità Nette Fatturate (in tons)	15.914	16.087	15.087
Fatturato al lordo dei Resi clienti (€)	39.899.327	31.956.829	28.724.738

ECONOMIA

Evoluzione prevedibile della gestione

Nel corso dell'esercizio 2023 Oropan proseguirà l'attuazione dei progetti nell'ambito del piano di investimenti pluriennale: il nuovo impianto di stoccaggio e dosaggio delle materie prime, la nuova riserva idrica, i nuovi abbattitori, gli impianti di refrigerazione, il sistema X-Ray, il generatore di vapore, a cui si aggiungerà l'attivazione degli altri investimenti inclusi nel piano. A tal proposito, la programmazione del piano ha necessariamente richiesto una serie di aggiornamenti da un punto di vista economico e, soprattutto, da un punto di vista tecnologico, in conseguenza della forte spinta all'innovazione ed alla sostenibilità che pervadono tutti i mercati e tutti i settori produttivi.



In quest'ottica di rilevanti investimenti, sono state programmate riduzioni della liquidità ed un aumento dei finanziamenti a lungo termine in coerenza con quanto definito dal Piano Industriale e dal decreto di concessione dell'agevolazione PIA da parte della regione Puglia.

Da un punto di vista economico, non si prevedono impatti particolari sui prezzi e sui costi di produzione. Le **quantità di prodotto venduto** nei primi cinque mesi dell'esercizio 2023 portano a **prevedere** prudenzialmente un livello di **fatturato 2023 in crescita** rispetto a quello dell'esercizio 2022. D'altro canto, questi segnali positivi non devono essere considerati come un momento di allentamento nella realizzazione delle iniziative messe in atto dall'organizzazione Oropan a tutti i livelli.

Entro l'autunno 2023 è prevista la finalizzazione delle **progettualità sulla internazionalizzazione**, in parte finanziate dalla regione Puglia, **nei mercati UK, Germania, Francia e Spagna** che dovrebbero portare a buone prospettive per l'Export.

Molti progetti di **comunicazione** e di **marketing** interesseranno anche il **mercato italiano** per sostenere un livello di fatturato di primo livello nel settore della panificazione e dei prodotti da forno. Sul lato **acquisti**, oltre a quanto previsto dai piani pluriennali di investimento, continua l'azione di **miglioramento delle fonti di approvvigionamento di materie prime** a vantaggio di operatori sempre più attenti alle nuove logiche di **sostenibilità** e di **responsabilità sociale**.

ECONOMIA

Analisi Economico Finanziaria del settore di riferimento

Oropan verifica periodicamente il proprio posizionamento competitivo sia rispetto al settore di appartenenza (Codice Ateco 10.71.10, Produzione di prodotti della panetteria), sia rispetto a singoli Concorrenti.



ANALISI DI PERFORMANCE RISPETTO ALLA MEDIA:

OROPAN ECCELLENZA DI SETTORE

In questa sede sono riportate la sintesi di due analisi che confermano le migliori performance di Oropan rispetto alla media di settore.

La prima analizza gli indici storici e prospettici del settore di appartenenza di Oropan in un intervallo temporale dal 2018 al 2024¹.

La seconda sintetizza il confronto dei dati del Bilancio d'esercizio 2022 di Oropan con i dati riferibili ai bilanci disponibili e pubblici, (riferibili all'esercizio 2021), di un campione di settore composto da 12 società concorrenti presenti nel mercato in cui la Società opera e che hanno generato nel 2021 un fatturato nel suo complesso di circa 600 milioni di euro².

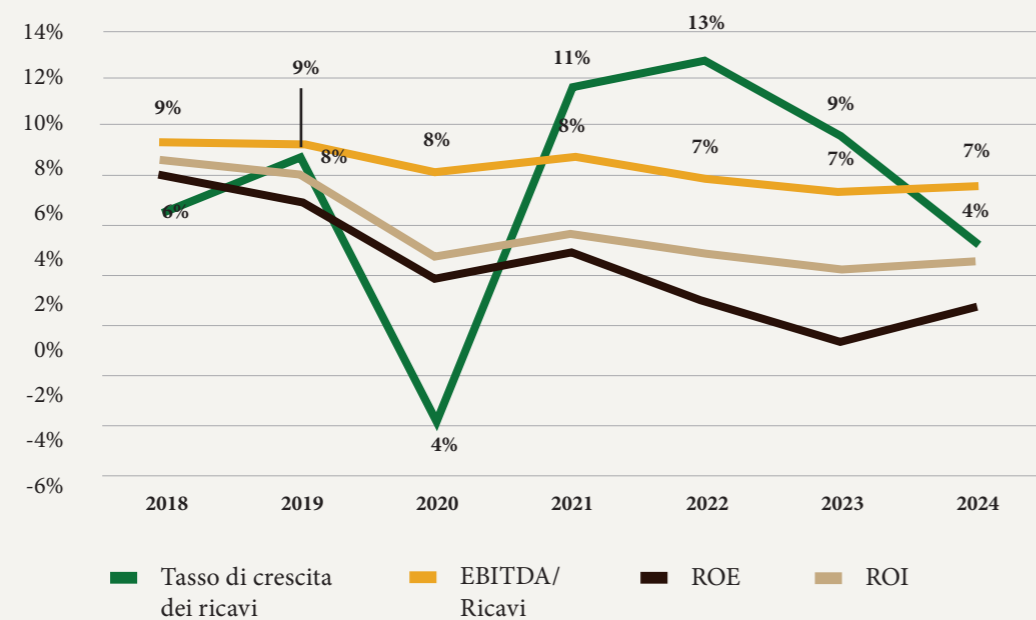
¹Fonte Cerved – marzo 2023

²In particolare, sono stati selezionati i Bilanci di esercizio disponibili alla data della redazione del presente documento.

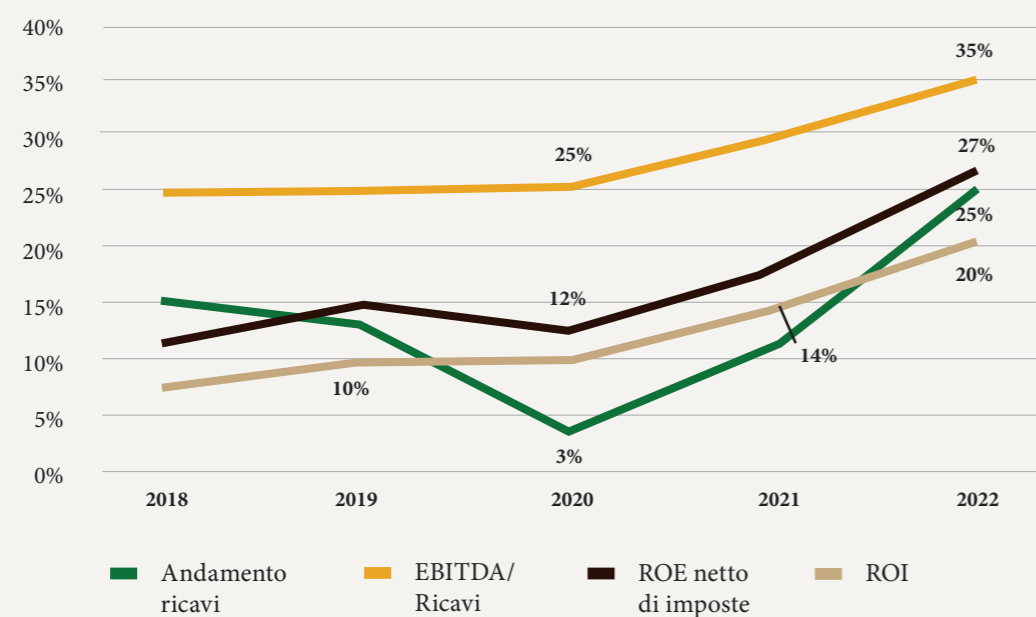
Tutti i bilanci sono quindi riferiti al 31-12-2021, ad eccezione di una società il cui bilancio disponibile è al 30-06-2022

ANALISI DEGLI INDICI DEL SETTORE

PERFORMANCE ECONOMICHE DEL SETTORE



PERFORMANCE ECONOMICHE DI OROPAN

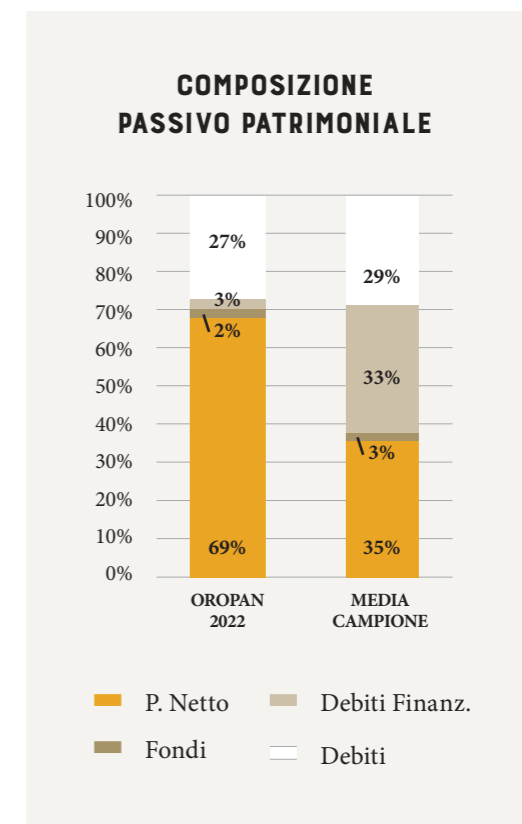
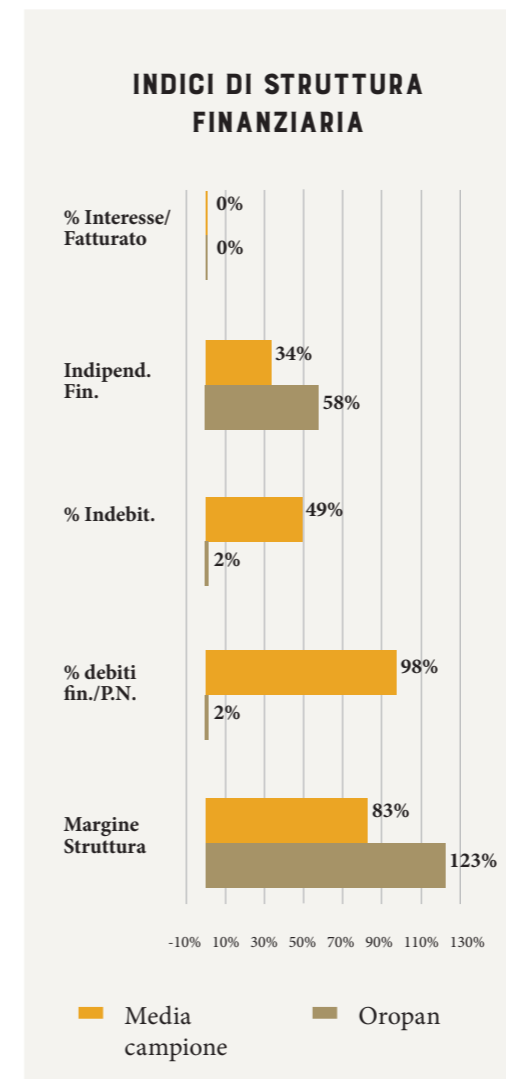
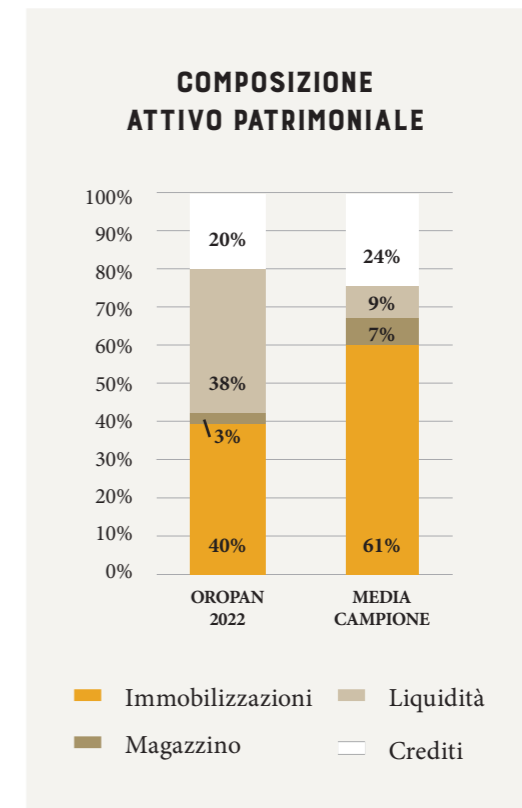
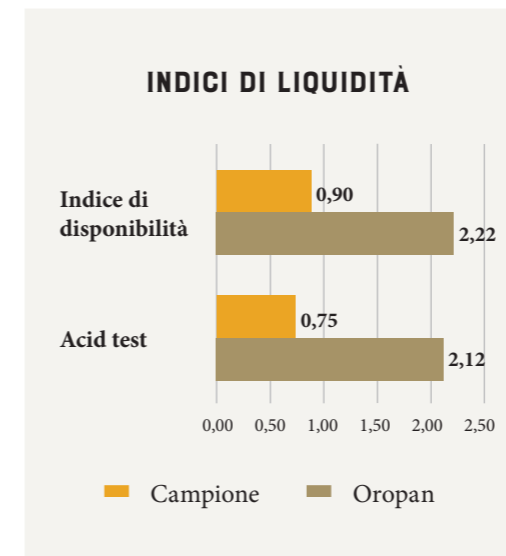




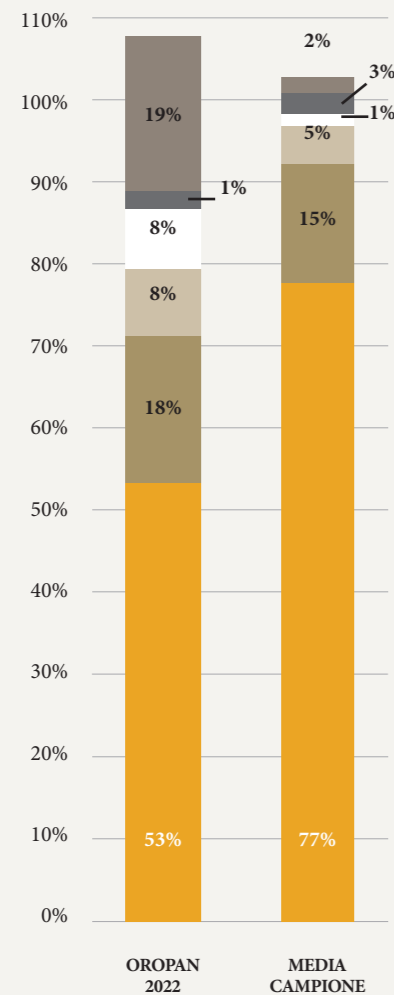
OROPAN A CONFRONTO CON LA DIRETTA CONCORRENZA

Tali risultati sono confermati nella citata analisi che sintetizza il confronto dei dati del Bilancio d'esercizio 2022 di Oropan con i dati riferibili ai bilanci disponibili e pubblici, di un campione di settore composto da 12 società concorrenti presenti nel mercato in cui la Società opera.

- **Indice di disponibilità:**
(attivo non immobilizzato) / (debiti commerciali + debiti finanziamenti a b/t)
- **Acid test:**
(attivo non immobilizzato - rimanenze) / (debiti commerciali + debiti finanziamenti a b/t)
- **% Interessi / fatturato:**
oneri finanziari netti/fatturato
- **Indice indipendenza finanziaria:**
P.N /totale attivo
- **% indebitamento:**
debiti finanziari / (debiti finanziari + P.N.)
- **% debiti finanziari / P.N**
- **Margine Struttura:**
Mezzi Propri / Attivo Fisso



ANALISI DELLE VOCI DI CONTO ECONOMICO



- Costo del venduto
- Costo del lavoro
- Ammort.ti & Svalut.ni
- Imposte sul reddito
- Altro minore
- Risultato netto

RICAVI DI VENDITE E PRESTAZIONI

Passando ai dati e agli indicatori di natura economica, è interessante l'analisi delle voci che compongono il conto economico, rapportandole al valore dei Ricavi delle vendite e prestazioni.

Posto a 100% tale valore, che quindi non considera la voce "altri ricavi" si determina il risultato nel grafico a fianco.

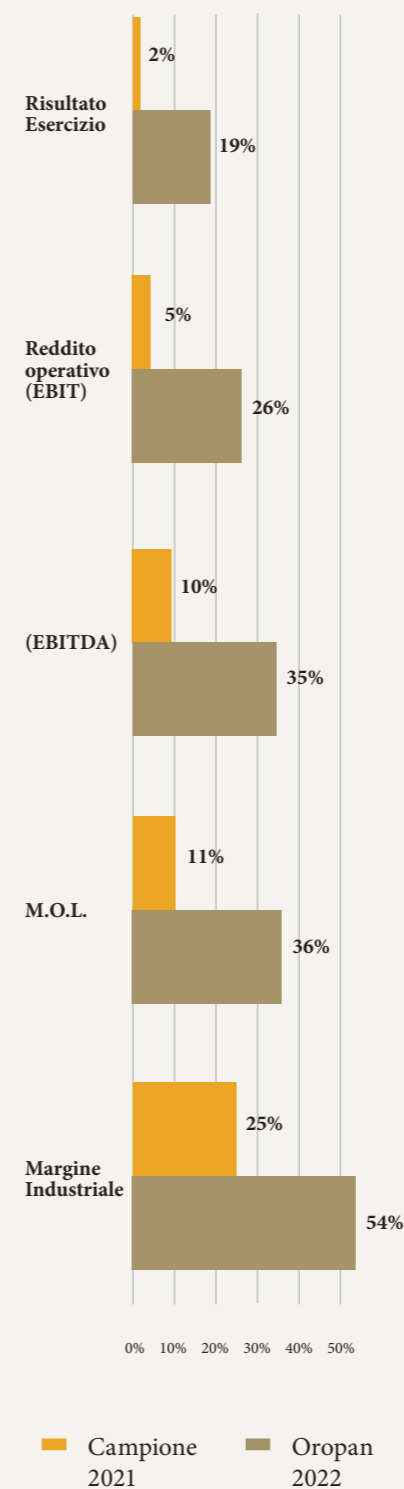
Tali evidenze sono confermate dagli indici di marginalità sempre calcolati sul totale dei Ricavi delle vendite e prestazioni e, quindi, sempre non considerando la voce "altri ricavi", che nel caso di Oropan costituiscono circa un 7% di ricavi aggiuntivi ed un 2% relativamente al campione prescelto³.

Oltre agli aspetti di natura economica e finanziaria, si accenna ad un'analisi sulla politica adottata nel settore industriale della panificazione e dei prodotti da forno relativamente all'adozione delle certificazioni di standard qualitativi e di sistemi di gestione maggiormente diffusi.

In dettaglio, sono stati esaminati i **dieci competitor maggiormente rappresentativi**, con caratteristiche industriali e dimensionali simili a quelle della Oropan.

³Il costo del venduto evidenziato in tale analisi è pari al totale degli acquisti delle materie prime, delle fonti energetiche e dei costi acquisto servizi, (voci B6 e B7 di conto economico)

INDICI DI MARGINALITÀ E RISULTATO



CERTIFICAZIONI A CONFRONTO

Di seguito si riporta una sintesi delle risultanze di tale campione, che evidenzia come Oropan si distingua in positivo rispetto a tutti i suoi diretti concorrenti sulle tematiche della sostenibilità come la certificazione ISO 14001 e SA8000:

Presenza di standard qualitativi e certificazioni su tematiche ESG sul campione di 10 competitor selezionato

BRC 6 su 10

IFS 7 su 10

ISO 14001:2015 1 su 10

SA8000 0 su 10

ECONOMIA

Le performance di bilancio



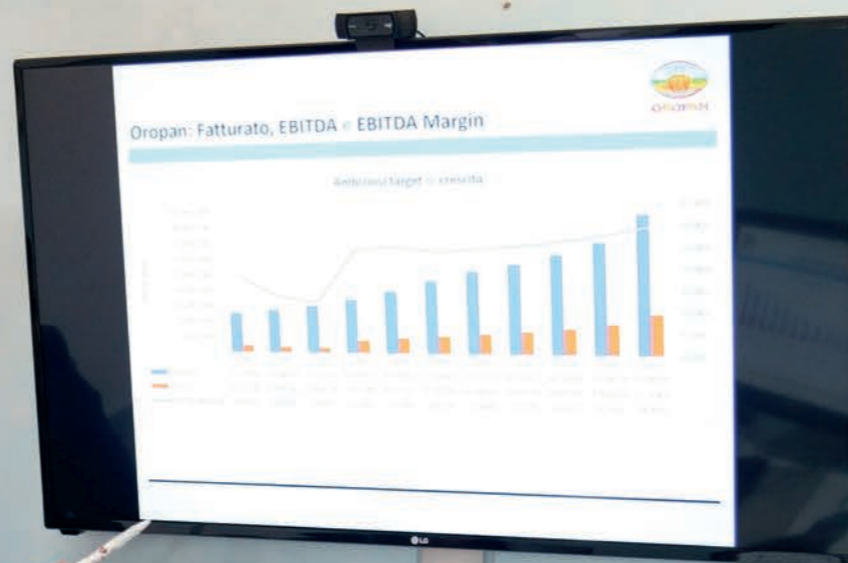
- Performance patrimoniali e finanziarie



- Performance economiche: i ricavi



- Performance economiche: i costi



PERFORMANCE PATRIMONIALI E FINANZIARIE

PATRIMONIO NETTO

Il Patrimonio netto 2022 risulta in crescita sul dato 2021 grazie alla costante politica di mantenimento dei risultati positivi degli esercizi confluente nella disponibilità finanziaria della Società tra le riserve del Patrimonio Netto.

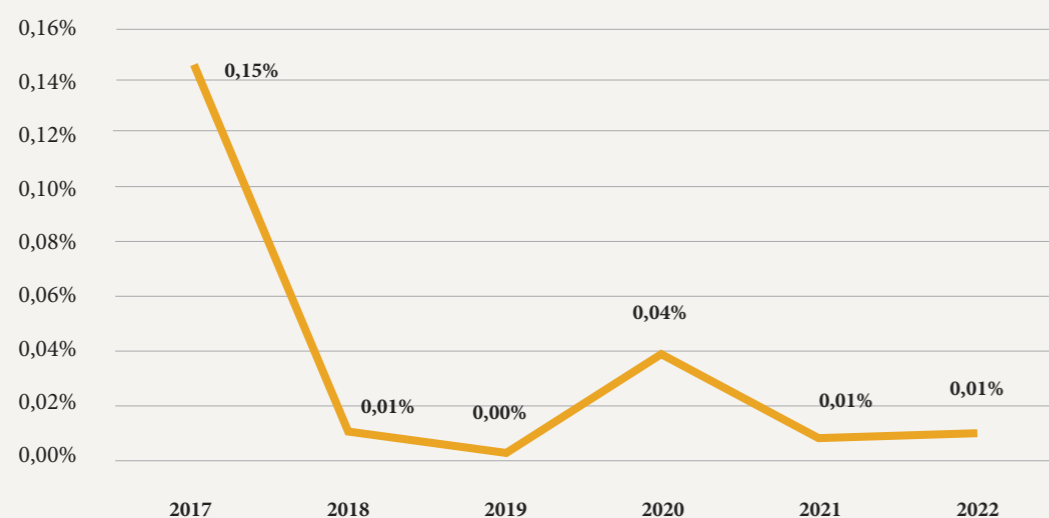
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA A LUNGO TERMINE E DEPOSITI BANCARI

Il risultato positivo d'esercizio, originatosi prevalentemente grazie alla performance del risultato della gestione caratteristica, incide sensibilmente anche sull'aumento della posizione finanziaria netta, delle disponibilità liquide presso i conti correnti bancari e sulla conseguente ridotta rilevanza dei debiti finanziari, rispetto al totale dell'attivo e del Patrimonio.

ALCUNI DETTAGLI FINANZIARI / PATRIMONIALI

DETTAGLI	2022	2021	2020	DELTA 2022-2021	
Patrimonio netto	33.012.502 €	26.197.018 €	23.296.179 €	6.815.484 €	26%
Posizione finanziaria netta	16.793.042 €	7.936.297 €	1.625.052 €	8.856.745 €	112%
Depositi bancari	18.207.121 €	8.336.615 €	3.110.865 €	9.870.506 €	118%
Rapporto di debito verso banche	1.425.000 €	428.992 €	1.488.991 €	996.008 €	232%
Crediti verso clienti	7.220.186 €	5.819.549 €	5.383.599 €	1.400.637 €	24%
Debiti verso fornitori	6.611.483 €	4.994.899 €	4.715.063 €	1.616.584 €	32%
Debiti tributari	1.727.311 €	774.912 €	465.606 €	952.399 €	123%
Altri debiti	1.469.331 €	1.273.467 €	1.012.870 €	195.863 €	15%
Ratei e risconti passivi	2.798.991 €	3.737.375 €	4.665.451 €	938.384 €	-25%

INSOLUTI IN % DEL FATTURATO ANNO CORRISPONDENTE



RAPPORTI DI DEBITO VERSO BANCHE

L'incremento del debito verso le banche coincide con la sottoscrizione di un contratto di mutuo acceso nell'anno per €5.700.000 di cui erogato €1.425.000 al 31.12.2022 da rimborsare in dieci rate semestrali.

Tale mutuo bancario è a servizio dei rilevanti investimenti previsti con l'attuazione del PIA, (Programma Integrato di Agevolazioni per le piccole e medie imprese).

CREDITI VS. CLIENTI

La crescita del 24% rispetto all'anno precedente è proporzionale all'incremento registrato nel fatturato.

Nel corso dell'esercizio è confermata un'incidenza di perdite su crediti sul totale dei ricavi ferma al 0,01%, pari a circa 4.000 euro su un totale dei ricavi delle vendite e prestazioni di 36.687.764, come ben evidenziato nel grafico di pagina 106.

L'indicazione fornita dalle RIBA insolute è di circa l'1% a maggior conferma dell'adeguato controllo svolto dagli uffici preposti e dell'ottimo indice di solvibilità della clientela aziendale.

DEBITI VS. FORNITORI

La crescita del 32% rispetto all'anno precedente è proporzionale all'incremento degli acquisti meglio specificati nell'analisi dei conti economici, unitamente agli investimenti in impianti, macchinari ed attrezzature.

DEBITI TRIBUTARI

La voce più importante dell'incremento sopra riportato è relativa al debito riconducibile alle imposte IRES - IRAP che si è incrementato proporzionalmente alla crescita dell'utile di esercizio. Tutti i debiti sopra evidenziati troveranno la loro estinzione con le corrispondenti scadenze fiscali.

ALTRI DEBITI

Il dato di fine anno è sostanzialmente simile all'esercizio precedente.

La voce più rilevante e, con gli incrementi maggiori, afferisce ai **debiti verso i dipendenti** per le competenze relative al mese di dicembre 2022, alle **ferie e permessi maturati e non goduti** al 31.12.2022.

RATEI E RISCOINTI PASSIVI

Tale voce registra un **decremento netto** rispetto all'esercizio precedente di circa il **25%** ed è costituito dalla corretta attribuzione contabile della competenza dei contributi e strumenti agevolativi ricevuti negli anni precedenti.

Come dettagliato nella **Nota integrativa** del Bilancio 2022, l'importo del risconto viene accreditato al conto economico (alla voce A.5 b degli altri ricavi e proventi) per una quota pari all'incidenza del contributo agevolato sul totale investimenti agevolati, applicata all'ammortamento calcolato sugli investimenti oggetto del contributo stesso.

L'importo riscontato si esaurirà, quindi, in coincidenza del termine del periodo di ammortamento relativo agli investimenti oggetto dell'agevolazione.



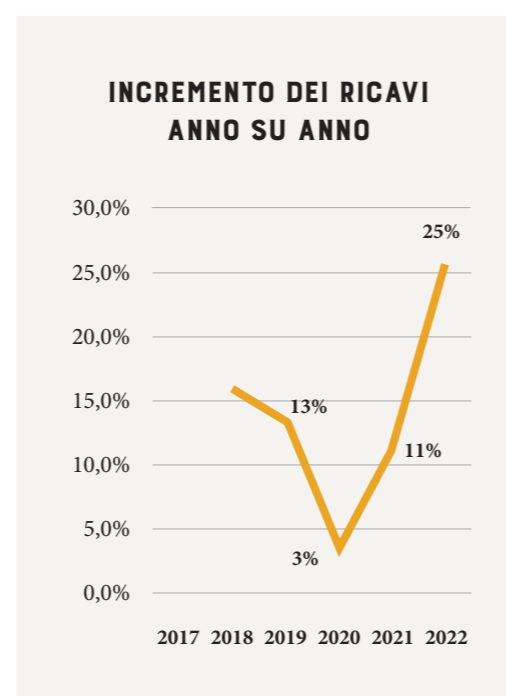


PERFORMANCE ECONOMICHE: I RICAVI

In particolare, l'importo dei ricavi delle vendite e delle prestazioni è costituito dalla sommatoria algebrica del fatturato lordo spedito alla clientela.

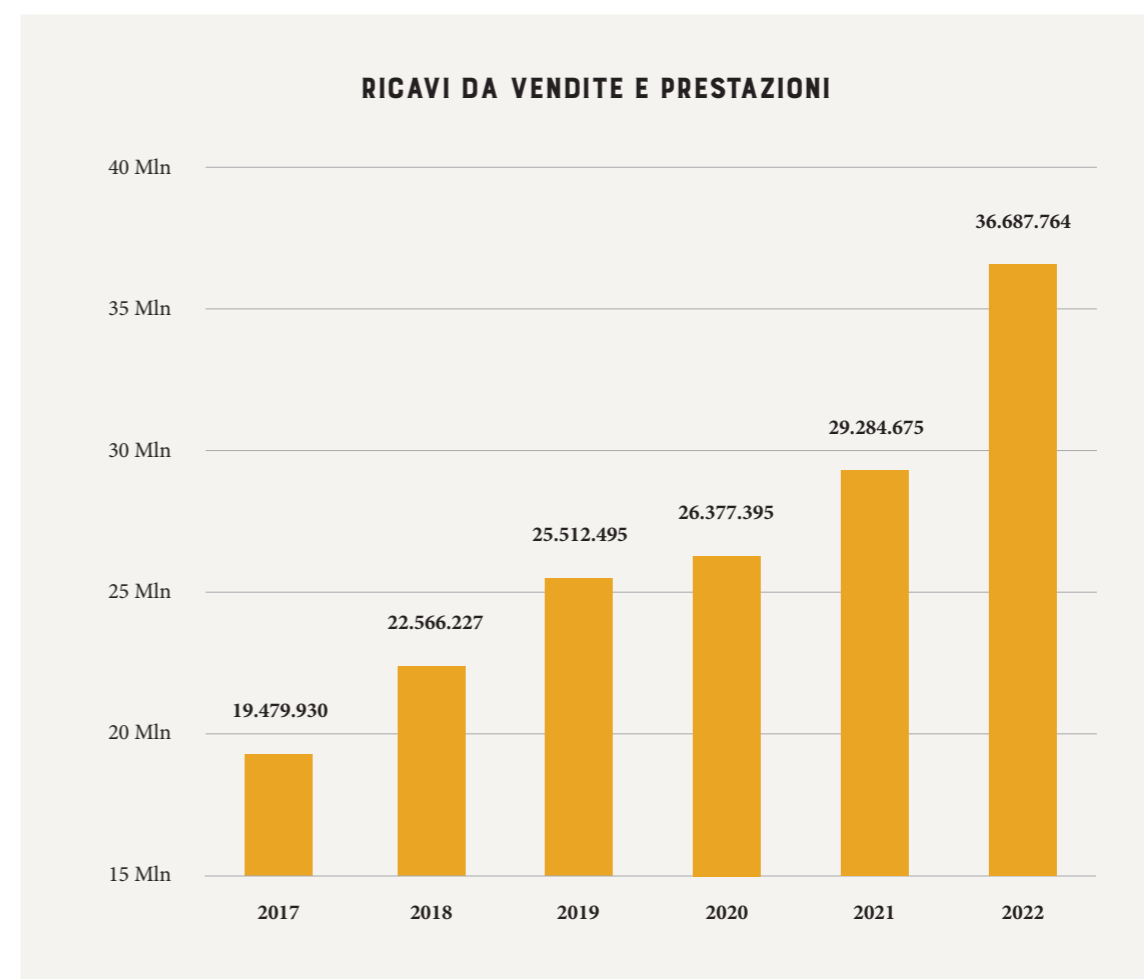
Tale voce, come vedremo nelle tabelle di dettaglio più avanti riportate, rappresenta la base 100% sulla quale si rapportano tutte le voci di ricavi e di costo, in quanto rappresenta il fatturato tipico scaturente dalla produzione di prodotti da forno della Oropan.

Di seguito una rappresentazione grafica dell'andamento del fatturato netto da ricavi e prestazioni e la linea con indicazione dell'aumento rispetto all'anno precedente.



DETTAGLIO DEL VALORE DELLA PRODUZIONE

RICAVI	2022	2021	2020	DELTA 2022-2021	PESO % SUI RICAVI 2022
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	36.687.764 €	29.284.675 €	26.377.395 €	7.403.089 €	25%
Delta rimanenze di prodotti finiti e semilavorati	219.177 €	59.151 €	53.877 €	160.025 €	271%
Altri ricavi e proventi	2.342.122 €	1.436.046 €	1.624.338 €	906.076 €	63%
Totale valore della produzione	39.249.062 €	30.779.872 €	27.947.855 €	8.469.190 €	28%



PERFORMANCE ECONOMICHE: I COSTI

I costi della produzione rappresentano, l'80,5% dei ricavi delle vendite e delle prestazioni, (86% nel 2021 e 93% nel 2020). Tale crescita meno che proporzionale rispetto a quella dei ricavi, risulta determinata in gran parte dalle seguenti voci:

- **Materie prime, imballi, semilavorati e fonti energetiche**

Incidono per circa il **35% sui ricavi**, (31% nel 2021 e il 32% nel 2020).

Tale incremento si origina principalmente dall'aumento del costo delle materie prime nel corso del periodo 2020-2022 in quanto, nell'esercizio 2022, la produzione e le collegate quantità di acquisto delle materie prime sono rimaste sostanzialmente simili.

- **Acquisto di servizi**

Incidono per circa il **18% sui ricavi**, (21% nel 2021 e 24% nel 2020).

Anche in queste voci di costo si può riscontrare l'azione aziendale che ha saputo ottimizzare alcune forniture di servizi, come ad esempio i trasporti con un costo di €3.764.053 nel 2022 e di €3.727.266 nel 2021. Una crescita di solo €36.787, (+1%), nonostante l'effetto inflazionistico che ha colpito l'intero settore dei trasporti a causa dell'eccezionale aumento del

carburante e che l'azienda ha saputo gestire con un'attenta e capillare organizzazione della distribuzione e della logistica in ottica di efficienza e razionalizzazione, garantendo un servizio adeguato alle aspettative del cliente. Utile ricordare che nel corso del 2022 sono confluite in questa voce le spese per l'allestimento della Fiera Cibus che ha riaperto con successo le proprie porte dopo un lungo periodo di sospensione a causa degli effetti pandemici del Covid 19.

- **Costi per il personale**

Tale voce incide per circa il **18% sui ricavi**, (21% nel 2021 e il 22% nel 2020).

La crescita del 5% di tali costi rispetto allo scorso 2021 è dovuta principalmente a:

- incrementi salariali previsti nella contrattazione collettiva;
- inserimento di figure manageriali nel corso dell'esercizio;
- avanzamento di carriera e di crescita dei dipendenti.

ALTRI ELEMENTI DI COSTI DIVERSI DA QUELLI DELLA PRODUZIONE

Anche nell'esercizio 2022 si conferma il dato storicamente **poco rilevante** del peso della **gestione finanziaria rispetto ai volumi generati** dalla Società, grazie alla possibilità di autofinanziare la propria operatività. Le **imposte di esercizio** registrano una **crescita di €1.287.436**, garantendo un apporto a favore dello Stato in forte crescita rispetto all'esercizio precedente.

DETTAGLIO DEI COSTI DELLA PRODUZIONE

COSTI	2022	2021	2020	DELTA 2022-2021		PESO % SUI RICAVI 2022
Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	12.893.415 €	9.143.491 €	8.528.881 €	3.749.924 €	41%	35,1%
Servizi	6.568.206 €	6.267.162 €	6.417.006 €	301.044 €	5%	17,9%
Locazioni e noleggi	24.386 €	20.296 €	23.082 €	4.090 €	20%	0,1%
Costi per il personale	6.602.536 €	6.280.868 €	5.886.118 €	321.668 €	5%	18,0%
Ammortamenti e svalutazioni	3.097.962 €	3.214.969 €	3.098.549 €	117.007 €	-4%	8,4%
Delta rimanenze di materie prime e sussidiarie	129.938 €	61.111 €	13.303 €	68.827 €	113%	-0,4%
Altri accantonamenti per rischi	-	-	19.000 €	-	-	-
Oneri diversi di gestione	473.414 €	451.634 €	460.969 €	21.780 €	5%	1,3%
Totale costi della produzione	29.529.982 €	25.317.310 €	24.446.908 €	4.212.672 €	17%	80,5%

ALTRI ELEMENTI DI COSTI DIVERSI DA QUELLI DELLA PRODUZIONE

COSTI	2022	2021	2020	DELTA 2022-2021		PESO % SUI RICAVI 2022
Proventi e oneri finanziari	17.948 €	12.822 €	18.153 €	5.126 €	40%	0,0%
Imposte sul reddito, correnti, differite e anticipate	2.761.587 €	1.474.151 €	929.041 €	1.287.436 €	87%	7,5%

ECONOMIA

Riclassificazione e valore aggiunto

Il valore aggiunto è la misura più diretta e significativa del contributo di un'organizzazione verso la società, una maniera per soddisfarne le più ampie aspettative.

PERFORMANCE PATRIMONIALI E FINANZIARIE

Dalla riclassificazione del Bilancio, volta all'ottenimento della differenza fra la ricchezza prodotta nel corso dell'operatività dell'Azienda e le elargizioni verso i suoi portatori di interesse, sono confermate le valutazioni di buona gestione e coerenza dell'operato manageriale.

L'aumento dei ricavi dalle vendite è l'aspetto che influisce maggiormente sulla voce "valore economico direttamente generato" che rappresenta effettivamente tutto il percepito aziendale durante il corso dell'anno d'esercizio.

Il **valore generato** evidenzia difatti un **aumento** in termini assoluti rispetto al 2021 **del 27%**, trainato dalla coerente crescita dei costi operativi (dato relativo al valore condiviso con i fornitori).

In leggera flessione alcuni valori che mantengono però pressoché **invariata la percentuale del valore distribuito** sulla base del generato.

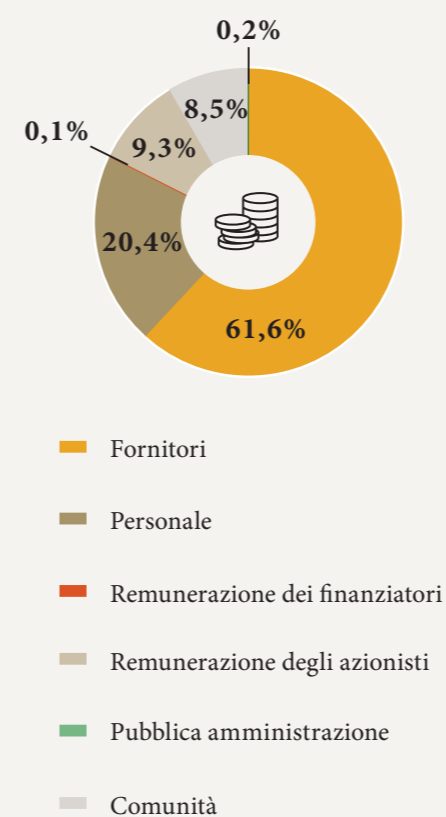


+35% RISPETTO AL 2021

valore economico distribuito

VALORE ECONOMICO	2022	2021	VARIAZIONI	
Valore economico direttamente generato	39.256.878 €	30.792.572 €	8.464.306 €	27%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	36.687.764 €	29.284.675 €	7.403.089 €	25%
Variazioni delle rimanenze di prodotti e semilavorati e finiti	219.177 €	59.151 €	160.026 €	271%
Variazioni delle rimanenze e dei lavori in corso su ordinazione	0 €	0 €	-	-
Incrementi delle immobilizzazioni per lavori interni	0 €	0 €	0 €	-
Altri ricavi e proventi netti	2.342.122 €	1.436.046 €	906.076 €	63%
Proventi finanziari	0 €	0 €	0 €	-
Rettifiche di valore attività finanziarie	7.816 €	12.700 €	-4.884 €	-38%
Valore economico distribuito	32.398.833 €	23.972.255 €	8.426.578 €	35%
% su Valore Economico Dir. Generato	83%	78%	-	-
Costi operativi riclassificati	19.959.421 €	15.882.583 €	4.076.838 €	25%
Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	12.893.415 €	9.143.491 €	3.749.924 €	41%
Costi per i servizi	6.568.206 €	6.267.162 €	301.044 €	5%
Costi per il godimento di beni terzi	24.386 €	20.296 €	4.090 €	20%
Oneri diversi di gestione	473.414 €	451.634 €	21.780 €	-8%
Remunerazione del personale	6.602.536 €	6.280.868 €	321.668 €	5%
Costi del personale	6.602.536 €	6.280.868 €	321.668 €	5%
Remunerazione dei finanziatori	25.765 €	25.522 €	243 €	1%
Interessi ed altri oneri finanziari	25.765 €	25.522 €	243 €	1%
Remunerazione degli azionisti	3.000.000 €	257.387 €	2.742.613 €	1066%
Utili distribuiti	3.000.000 €	257.387 €	2.742.613 €	1066%
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	2.761.587 €	1.474.152 €	1.287.435 €	87%
Imposte sul reddito	2.761.587 €	1.474.152 €	1.287.435 €	87%
Comunità	49.524 €	51.743 €	-2.219 €	-4%
Donazioni e liberalità	49.524 €	51.743 €	-2.219 €	-4%

COMPOSIZIONE DEL VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO



Le differenze di gestione risiedono principalmente nell'adattamento verso fattori esogeni e nella capacità di Oropan di adottare **misure di resilienza economica** senza minare l'equilibrio della dinamica **Triple Bottom Line** che coinvolge anche gli aspetti sociali ed ambientali.

Tale concetto si riferisce a un approccio di **valutazione delle performance** aziendali basato su **tre dimensioni** fondamentali: **governance, sociale e ambientale**, anziché concentrarsi sulle sole performance finanziarie.

ECONOMIA

Rischi finanziari e non finanziari

La gestione del rischio e della compliance sono processi essenziali per il modello di business di Oropan, con l'obiettivo di mantenere un equilibrio costante tra le attività svolte e i rischi correlati.

Il processo di risk management aziendale, coordinato dagli organi di governance – in particolare dal CdA –, comprende la rilevazione, l'analisi, la valutazione e il controllo dei rischi di business.



PRINCIPALI RISCHI E INCERTEZZE A CUI È ESPOSTA LA SOCIETÀ

Nel 2022, Oropan ha integrato i fattori ESG nel proprio processo di risk management al fine di migliorare l'approccio alla gestione del rischio, con particolare attenzione ai rischi legati all'ambiente, all'etica e all'integrità aziendale, nonché alla protezione dei sistemi informatici.

Tra le attività in programma, è prevista l'elaborazione di una specifica policy relativa al risk management propedeutica alla nomina del Comitato Rischi.

Tenendo anche conto di quanto previsto dalla classificazione dei rischi ai sensi dell'art. 2428 c.c., la mappatura dei rischi comprende tipicamente quattro categorie:



RISCHI STRATEGICI



RISCHI OPERATIVI



RISCHI ESTERNI



RISCHI ESG



LE CATEGORIE DI RISCHIO

- **Strategici**, correlati alle attività previste dal Piano Industriale e dal correlato Piano di Investimenti.
- **Operativi** che a loro volta si declinano in rischi legati:
 - *alla compliance e quindi associati ai casi di non conformità derivanti da violazioni di leggi nazionali ed europee o regolamenti adottati volontariamente da Oropan;*
 - *all'inadeguatezza dei processi interni;*
 - *alla catena di fornitura o alla rete di vendita;*
 - *al complesso del sistema IT e quindi legati alla sicurezza delle infrastrutture informatiche e dei relativi dati sensibili;*
 - *alle risorse umane: tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, valorizzazione delle risorse, formazione, inclusione e la diversità;*
 - *all'interruzione del business aziendale.*
- **Esterni**, strettamente legati alla industry ed al mercato di riferimento dell'azienda: competitività della concorrenza, sviluppo di nuove tecnologie, rischi finanziari, rischi di cambiamento climatico, rischio paese.
- **ESG**, riguardanti tematiche sulla sostenibilità e che poi vanno a sintetizzarsi nel rischio reputazionale.

Per prevenire, gestire e mitigare questi rischi e incertezze, Oropan adotta una serie di strumenti e misure, così come di seguito dettagliato.

RISCHIO PAESE

La società evita di operare in aree geografiche ad alto rischio macroeconomico e adotta controlli e valutazioni appropriate nelle procedure relative all'analisi di nuovi mercati esteri per vendita e approvvigionamento di materie prime, beni e servizi.

RISCHI OPERATIVI

Nel corso del 2022, Oropan ha affrontato la volatilità dei **prezzi delle materie prime**, in particolare **grano ed energia**, attraverso una selezione attenta dei fornitori, un'ottima reputazione acquisita sul mercato di riferimento, una collaborazione con i principali fornitori ottenuta negli anni e, non ultimo, un'attenta politica negli acquisti per limitare l'impatto dell'aumento dei prezzi delle fonti energetiche. Per quanto riguarda la qualità e la sicurezza dei prodotti, Oropan ha adottato procedure e controlli per mitigare i rischi correlati, con la presenza di una funzione dedicata e la **conformità alle certificazioni ISO 9001, BRC, IFS e DOP**. Non sono state riscontrate non conformità o problemi significativi nel 2022.

L'azienda gestisce in modo continuativo e sistematico i rischi legati alla **salute**, alla **sicurezza sul lavoro** e all'**ambiente**, riducendo ed eliminando quelli considerati inaccettabili tramite interventi mirati. Il sistema di gestione include anche gli aspetti di **qualità e ambiente**. Il rischio legale e di conformità è monitorato costantemente e mitigato attraverso l'applicazione del Codice Etico e del MOGC ai sensi del D.Lgs. 231/2001, con il supporto dell'Organo di Vigilanza.

La privacy e il rispetto del GDPR sono gestiti tramite procedure specifiche e il **controllo del DPO**. Inoltre, Oropan ha investito risorse per un **monitoraggio continuo della sicurezza informatica** al fine di individuare e mitigare potenziali attacchi o vulnerabilità.

RISCHIO DI CREDITO

La storicità dei pagamenti dei clienti mostra un **basso rischio**, con un basso rapporto di insoluti e crediti in sofferenza da diversi anni. La mitigazione del rischio è supportata da **accantonamenti prudenziali nel bilancio** e procedure di **selezione e monitoraggio della clientela**.

Sia le precauzioni nelle forme e condizioni di pagamento applicate, sia la tipologia di clientela, (spesso composta da **clienti storici di qualità** e di **rilevante reputazione sul mercato nazionale**), riducono ulteriormente il rischio. Di conseguenza, l'azienda ritiene di non aver bisogno di una polizza assicurativa del credito.

RISCHIO DI FORNITURA DI BENI E SERVIZI

L'azienda presta particolare attenzione al **rischio di mancato adempimento da parte dei fornitori** e adotta diversi **strumenti per mitigarlo** e che sono ben rappresentati nelle procedure gestionali dell'azienda, a titolo esemplificativo:

- **Valutazione preliminare dei fornitori**, tramite la compilazione di questionari, visite presso le loro sedi, informative commerciali, etc.;
- **Audit sulla qualità del bene da acquistare** e sulle altre caratteristiche del fornitore;
- **Precauzioni nelle forme e modalità di pagamento** e clausole contrattuali di tutela reciproca;
- **Ottenimento di fidejussioni bancarie a favore di Oropan** per acconti e obblighi contrattuali;
- **Coperture assicurative** per i principali rischi legati alla fornitura.

RISCHIO DI LIQUIDITÀ

Nel 2022, il flusso di cassa e la **posizione finanziaria netta positiva** riducono a **zero il rischio finanziario**. Grazie all'ottenimento di agevolazioni comunitarie e alle risorse finanziarie già disponibili, comprese le riserve del Patrimonio Netto, non si prevedono rischi significativi per gli investimenti futuri.

RISCHIO DI TASSO

L'assenza di rilevanti debiti bancari ha azzerato il rischio per l'esercizio 2022. Il mutuo bancario sottoscritto a supporto del piano di investimento cofinanziato dalla regione Puglia (PIA) prevede condizioni favorevoli grazie alla reputazione finanziaria della Oropan ed un elevato rating presso tutte le Banche di Interesse Nazionale con cui si interfaccia.

L'importo ridotto del finanziamento rispetto al totale dell'attivo e la particolare struttura del mutuo, con un utilizzo modulato sui reali investimenti effettuati, hanno permesso di limitare il rischio di tasso a valori ampiamente adeguati, rispetto alle previsioni del futuro andamento dei tassi bancari

RISCHIO REPUTAZIONALE

Il **rischio reputazionale** è il potenziale impatto negativo sulla redditività o sul valore dell'azienda a causa di una percezione negativa da parte di clienti, controparti, azionisti e investitori.

È collegato ad altri fattori come perdite finanziarie, ritiro dei prodotti, questioni legate al personale, mancanza di attenzione agli interessi dei consumatori e degli investitori, violazione delle norme di condotta e comunicazione, nonché al mancato rispetto dei principi ESG.

Questi rischi reputazionali vengono **mitigati** attraverso il **coordinamento**, la **supervisione** e **l'interazione con le funzioni aziendali responsabili del controllo**, nonché attraverso una comunicazione continua sia interna che esterna all'organizzazione.



RISCHI INERENTI AGLI ASPETTI ESG

In uno scenario come quello odierno, caratterizzato da notevoli mutamenti di natura economica, sociale e ambientale, alcuni dei quali di portata tale da porre le imprese in una condizione di grande responsabilità nei confronti dei territori e delle società con cui interagiscono quotidianamente, le aziende si trovano a dover affrontare una serie di rischi e opportunità che vanno ben oltre i tradizionali fattori economici e finanziari.

L'attenzione si rivolge, quindi, anche alla **gestione** e alla **valutazione dei rischi ESG** in ragione del loro impatto – potenziale e/o reale – sulle performance finanziarie, sulla reputazione e sulla creazione di valore sostenibile di lungo termine dell'Azienda.

Nel corso dell'esercizio 2022, infatti, Oropan ha **integrato** ulteriori **fattori ESG** nel proprio schema di **gestione del rischio**, con un'attenzione specifica ai rischi legati all'etica e integrità di Business, alla privacy e alla Responsabilità Sociale d'Impresa. In particolare, la Società ha individuato **8 rischi principali** da monitorare tra quelli individuati dal SASB (Sustainability Accounting Standards Board) relativamente al **settore di appartenenza di Oropan: Food & beverage; Industry: Processed foods**.

I rischi individuati sono:

- **4 possibili rischi di impatto negativo sull'ambiente:** Energy management, Water & wastewater management, product design e lifecycle management;
- **3 possibili rischi di comportamenti in violazione dell'integrità delle pratiche di business aziendale derivanti dal modello industriale:** Product safety, customer welfare, selling practices e product labelling;
- **1 possibile rischio legato alla violazione dei diritti umani e dei lavoratori:** Supply chain management.

La società ha già previsto i presidi atti a fronteggiare tali rischi nel Piano strategico di sostenibilità e nei sistemi di gestione all'uopo programmati e implementati. L'inclusione di tali rischi nel proprio **processo di Risk Management** sarà seguita dalla realizzazione di una procedura ad hoc e dall'individuazione di **figure specializzate** che andranno a formare il **Comitato Rischi**, nuovo organo a supporto della governance aziendale che sarà istituito nel corso dell'esercizio 2023.

Di seguito si riporta la tabella di raccordo tra i principali rischi ESG e le sezioni della Bilancio di sostenibilità in cui sono descritti i presidi e le modalità di trattamento.

AMBITO ESG	PRINCIPALI RISCHI	SASB	POLITICHE E PRESIDIO ORGANIZZATIVI
Ambiente	Conformità legislativa, gestione degli aspetti ambientali (acqua, rifiuti, materiali, biodiversità, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Energy management • Water & wastewater management • Product design • Lifecycle management 	Capitolo "Responsabilità ambientale"
Business model	Salute e sicurezza del personale, attrazione e retention, obsolescenza delle competenze, diversità e inclusione	<ul style="list-style-type: none"> • Product safety • Customer welfare • Selling practices e product labelling 	Capitolo "Responsabilità sociale"
Catena di fornitura	Aspetti etici, sociali e ambientali connessi alle attività di approvvigionamento	<ul style="list-style-type: none"> • Supply chain management 	Paragrafo "La catena di fornitura"

ECONOMIA

Innovazione

Nel corso della propria storia, Oropan ha dimostrato la capacità di coniugare sapientemente tradizione e innovazione.

Partendo da questa convinzione, negli anni sono stati realizzati progetti di innovazione all'interno dei piani strategici dell'Azienda, con l'obiettivo di favorire e implementare processi di trasformazione tecnologica e digitale.

Tale impegno è finalizzato ad aumentare l'efficienza all'interno dello stabilimento e a migliorare la competitività aziendale futura, soprattutto sui mercati internazionali.

Questo processo di innovazione è stato sempre strutturato per perseguire obiettivi quali-quantitativi, come di seguito dettagliato:

OBIETTIVI QUANTITATIVI



Incremento della capacità produttiva oraria e per addetto, con l'obiettivo di migliorare la produttività e l'efficienza;



Sviluppo di nuove linee di prodotto che amplino e diversifichino il portafoglio prodotti di panetteria fresca, in atmosfera protettiva (A.T.P.) e surgelati. Questi prodotti, pur rispecchiando la tradizione del territorio in cui l'Azienda opera, combinano innovazione e tradizione per soddisfare gli stili di vita moderni e le tendenze emergenti di un mercato globale evoluto, attento alla ricerca del buono, del salustico e funzionale, finalizzato alla cura della salute attraverso la sana ed equilibrata alimentazione;

OBIETTIVI QUALITATIVI



Diversificazione e ampliamento del portafoglio prodotti mediante l'**innovazione**, utilizzando processi ad alta tecnologia al fine di migliorare l'efficienza e aumentare la produttività. Si punta a **standardizzare** l'elevata **qualità** progettata, in conformità con le rigorose norme internazionali riconosciute dal mercato G.D e D.O.;



Miglioramento tecnologico volto a garantire un elevato livello di **sicurezza alimentare**, attraverso l'introduzione di nuove tecnologie e sistemi produttivi di ultima generazione nella produzione e confezionamento dei prodotti di panetteria;



Ottimizzazione delle **proprietà organolettiche** dei prodotti per massimizzare il gradimento sensoriale nei mercati di riferimento;



Miglioramento dell'**efficienza** dei **processi gestionali** e degli standard qualitativi, mirati a massimizzare l'elevata qualità intrinseca dei prodotti, mediante la razionalizzazione e l'efficientamento delle risorse umane, strutturali, organizzative e produttive.

LE STRATEGIE DI INNOVAZIONE

Gli obiettivi menzionati indicano chiaramente che il concetto di innovazione in Oropan si estende a tutti gli ambiti interni (organizzazione produttiva e gestionale) ed esterni (catena di fornitura a monte e a valle).

L'obiettivo principale consiste nel perseguire la soddisfazione delle esigenze del mercato globale, offrendo prodotti e servizi competitivi – riconosciuti come differenzianti – al giusto rapporto valore/costo.

L'impegno di Oropan su tali obiettivi è ritenuto essenziale, tanto che il gruppo di lavoro dedicato alla **Ricerca e Sviluppo** risponde funzionalmente all'organo amministrativo più alto dell'Azienda. Tale impegno si sviluppa nel **migliorare costantemente l'offerta**, ottimizzando e introducendo tecnologie di ultima generazione e nuove metodologie operative, perseguendo l'obiettivo primario del **Profitable Customer Satisfaction**.

All'interno delle strategie adottate, l'Organizzazione definisce periodicamente **piani di innovazione** in linea con la **mission** e la **vision** aziendali, che coprono una vasta gamma di ambiti, dai prodotti al capitale umano, coinvolgendo in modo trasversale il

middle management e le specifiche funzioni interessate.

I **responsabili** delle funzioni coinvolte in questo processo **partecipano** a calibration meeting al fine di ristabilire i limiti dell'esplorazione delle proposte progettuali e capitalizzare gli interventi proposti, onde evitare la dispersione delle idee e delle attività. Il mindset iniziale viene regolarmente revisionato, riesaminato e, se necessario, rielaborato al fine di ottimizzare e incrementare le performance del team e degli individui, in ottica di miglioramento continuo.

La strategia di innovazione si basa sull'**approccio PDCA (Plan-Do-Check-Act)**, caratterizzato dalle seguenti fasi:

- **Analisi approfondita dei diversi scenari** per individuare le tendenze di mercato e il contesto in cui si sviluppa il business;
- **Pianificazione degli obiettivi di innovazione**, basata sulla valutazione del rischio (risk assessment);
- **Implementazione dei processi innovativi** attraverso il coinvolgimento delle risorse umane e materiali necessarie;
- **Monitoraggio e misurazione dei processi** in relazione alle politiche, agli obiettivi e ai requisiti stabiliti;
- **Implementazione di azioni volte al miglioramento** continuo delle prestazioni e della gestione dei processi aziendali operativi;

Di seguito vengono riportati i focus principali sui quali si sono concentrati i progetti e le azioni intraprese nel triennio 2020-2022 per quanto concerne l'attività di R&S, suddivisi per area di interesse.

RICERCA E SVILUPPO INTEGRATA

FOCUS PROCESSO PRODUTTIVO

La combinazione di tradizione e innovazione consente di promuovere e diffondere la cultura alimentare di un territorio, come l'Italia e il suo made in Italy, attraverso il pane. Un alimento semplice che celebra il gusto, i profumi, la tradizione, l'apporto nutrizionale e la cultura distintiva di un territorio, ammirato per il suo grande valore storico, culturale e gastronomico.

Ciononostante, i prodotti da forno hanno una shelf life limitata di pochi giorni, poiché, essendo freschi, deperiscono rapidamente.

Grazie all'innovazione, sono stati, però, raggiunti obiettivi ambiziosi, come la capacità di far arrivare i **prodotti** di Oropan **in tutto il mondo** come se fossero **appena sfornati**, mantenendo intatte le loro proprietà organolettiche, sensoriali, nutrizionali e salutistiche.

Attraverso l'utilizzo delle moderne tecnologie di stabilizzazione, come la surgelazione con il metodo **Individual Quick Frozen (IQF)**, Oropan ha superato le distanze geografiche che la separano dal resto del mondo.

Nel corso del 2022 è proseguita e intensificata l'**attività di R&S** condotta nel triennio precedente inerente alla revisione della procedura di **produzione del lievito madre**.

La ricerca ha indagato gli aspetti legati all'attitudine tecnologica degli impasti fermentati con il lievito madre e alle sue implicazioni sensoriali, ponendosi l'obiettivo di stabilire una procedura di produzione e gestione di tale componente che potesse potenziare nei prodotti di destinazione le spiccate caratteristiche sensoriali da mantenere nel tempo, riconosciute come uniche dal mercato di riferimento.

Di particolare rilievo l'attività eseguita nel 2022 in quanto, grazie ai risultati precedentemente ottenuti, si sono condotti **test di panificazione**, impiegando esclusivamente il già menzionato lievito madre.

Il **Piano strategico di Sostenibilità** di Oropan per il periodo **2023-2025** prevede specifici **investimenti** volti a garantire **l'innovazione** dei processi produttivi, attraverso l'adozione delle ultime tecnologie disponibili sul mercato.

Ciò comporterà una serie di **azioni mirate**, tra cui quelle elencate a fianco.

Nel corso dell'esercizio 2022, sono stati stipulati **contratti** per la fornitura e l'installazione di **impianti e macchinari** e sono iniziate le conseguenti attività di realizzazione degli stessi.



Acquisizione di nuovi impianti tecnologicamente avanzati, conformi ai principi dell'Industria 4.0, al fine di incrementare la capacità produttiva e **migliorare** gli **standard qualitativi**, ottimizzando al contempo l'utilizzo delle risorse e riducendo il consumo energetico. Questa tipologia di investimento contribuirà, inevitabilmente, anche alla valorizzazione del capitale umano;



Acquisizione di software e hardware necessari per l'implementazione delle **nuove tecnologie e l'informatizzazione degli impianti**, avvicinando Oropan al concetto di fabbrica intelligente.

Per quanto concerne l'acquisto di nuovi impianti, gli investimenti principali includeranno:



Introduzione di una **nuova linea produttiva**;



Potenziamento e riorganizzazione delle linee esistenti con **impianti moderni e avanzati dal punto di vista tecnologico**;



Realizzazione di un **nuovo impianto di stoccaggio e trattamento dell'acqua potabile** per soddisfare il previsto aumento del fabbisogno legato ai potenziamenti e ai nuovi prodotti;



Realizzazione di un **nuovo impianto di stoccaggio e dosaggio delle materie prime**, come sfarinati e micro-ingredienti, gestito da un software avanzato che permetterà di razionalizzare i processi tramite la registrazione dei lotti e delle quantità, riducendo gli scarti di produzione e i consumi;



Potenziamento della capacità di stoccaggio del magazzino a bassa temperatura, mediante l'adeguamento tecnologico e la **creazione di una cella frigorifera**;



Acquisto di **nuovi impianti per il controllo del freddo**, caratterizzati da una migliore efficienza energetica e l'utilizzo di gas refrigeranti più sostenibili;



Realizzazione di un **impianto robotizzato per il confezionamento** automatico del prodotto;



Incremento della produzione energetica da fonti alternative mediante **l'installazione di un impianto fotovoltaico**.







FOCUS PROCESSI GESTIONALI

L'obiettivo consiste nel rafforzare l'innovazione dei processi gestionali per creare una struttura organizzativa affidabile, efficace, efficiente, flessibile e dinamica, in grado di adattarsi rapidamente e in modo sicuro alle opportunità offerte da un mercato in continua evoluzione.

A tal fine, il Piano strategico di Sostenibilità di Oropan per il periodo 2023-2025 prevede l'adozione di un sistema di Manufacturing Execution System (MES) che funga da collegamento tra la struttura produttiva e il sistema gestionale, nonché con le altre funzioni aziendali.

Nello specifico, il MES è un sistema informatizzato che gestisce e controlla la produzione di un'azienda, attraverso collegamenti diretti con le macchine e gli impianti produttivi. Le informazioni vengono fornite in tempo reale, tramite un'interconnessione con il sistema gestionale ERP aziendale, a tutte le altre funzioni coinvolte nel processo produttivo.

Il progetto MES è stato avviato nel corso del 2022 e si prevede che sia completato entro il 2023. Ciò consentirà all'azienda di adottare uno strumento tecnologicamente avanzato (rispondente ai requisiti Industria 4.0) per organizzare in modo ottimale diverse attività, tra cui:

	La gestione degli ordini di vendita e di acquisto
	Il monitoraggio dell'avanzamento degli ordini in termini di quantità e tempi;
	La contabilità di magazzino e logistica;
	<p>Il collegamento diretto con le macchine al fine di ottenere informazioni utili per la gestione e il monitoraggio della produzione, come ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • processo di tracciabilità e rintracciabilità; • monitoraggio dei consumi di energia elettrica per macchina e per linea; • registro del numero di pezzi prodotti per ordine di produzione, linea e turno; • costi delle materie prime (derivanti dall'ordine di produzione); • pianificazione dei turni di lavoro del personale; • tempi di produzione; • cronologia delle lavorazioni e utilizzo degli impianti; • pianificazione delle attività di manutenzione e dei ricambi.

FOCUS COMUNICAZIONE

Oropan ha adottato strumenti di comunicazione non convenzionali, come il Museo del Pane di Vito Forte, per implementare una strategia di Heritage Marketing.

Essa utilizza il patrimonio storico dell'impresa come strumento per differenziarsi dalla concorrenza e creare relazioni con consumatori, investitori e opinion leader. L'Azienda utilizza anche strumenti di direct marketing per raggiungere il consumatore finale e il trade.

Al fine di migliorare la capacità di interpretazione delle evoluzioni del mercato e ottenere un vantaggio competitivo rispetto ai competitors internazionali, nel 2021 l'Azienda ha intrapreso un ambizioso progetto di "commercial transformation", volto a digitalizzare il business internazionale.

Tale processo rappresenta una nuova sfida organizzativa per Oropan, richiedendo il redesign di alcuni processi aziendali (IT/Sales/Marketing) attualmente in essere, mediante la creazione di un team interfunzionale a vocazione digitale.

L'opportunità di mercato giustifica questo sforzo organizzativo, poiché Oropan si propone come pioniere nella digitalizzazione del business in

un settore ancora prevalentemente orientato verso le strategie commerciali offline.

Oropan vanta la presenza in diversi marketplace digitali, selezionati in base al profilo dei potenziali buyer e alla categoria merceologica rappresentata. Il progetto di digitalizzazione più significativo riguarda la presenza dell'Azienda su **piattaforme Market place** come:

- **frozenb2b.com**,
- **food2china.com** e, in particolare,
- la piattaforma **alibaba.com**,
riconosciuta come il principale marketplace digitale B2B, che rappresenta un punto d'incontro tra domanda e offerta.

Oropan è attiva sul marketplace ed altresì sostiene il proprio profilo con **investimenti di digital marketing** (KWA-key word advertising e **promozioni digitali**).

FOCUS PRODOTTO-SERVIZIO

Oropan consolida il proprio posizionamento sul mercato come Organizzazione in grado di offrire prodotti che incarnano la maestria e la tradizione del territorio, contribuendo alla promozione della dieta mediterranea, modello alimentare universalmente riconosciuto come il più adatto per uno stile di vita sano.

Di fianco è riportata una tabella con alcuni esempi delle innovazioni di prodotto realizzate nel periodo 2021-2022. In riferimento all'anno 2022, sono state immesse sul mercato nuove referenze di prodotti con patate e pomodorino ciliegino in diverse pezzature.

I VANTAGGI DELLA COMMERCIAL TRANSFORMATION

- 1. Acquisizione di nuovi contatti commerciali** in aree precedentemente non coperte;
- 2. Potenziamento della qualità delle relazioni commerciali** con i clienti esistenti attraverso nuove forme di interazione digitale, come chat online in tempo reale;
- 3. Miglioramento del livello di servizio per i partner commerciali**, eliminando la necessità di partecipare a fiere o organizzare incontri di persona, ottimizzando così tempi e modalità di interazione.

In particolare, per quest'ultime trattasi di:

1. **Focaccia di Altamura con pomodoro ciliegino e olive** condita con olio extravergine d'oliva parzialmente cotta e surgelata 100g, 250 g, 700g, 1,8 kg;

2. **Focaccia di Altamura con semola rimacinata di grano duro integrale, olive, semi di lino, semi di girasole e pomodoro ciliegino** condita con olio extravergine d'oliva parzialmente cotta e surgelata 100g, 250g, 700g, 1,8 kg.

PRODOTTO/SERVIZIO	PLUS DISTINTIVI
Pane fresco affettato di semola rimacinata di grano duro con semi di lino e girasole 120 g	<ul style="list-style-type: none"> • presenza della semola rimacinata di grano duro • presenza del lievito madre • ottime caratteristiche sensoriali • elevata conservabilità • elevata sicurezza alimentare
Pane surgelato ciabatta integrale di grano duro 300 g	<ul style="list-style-type: none"> • presenza della semola rimacinata di grano duro integrale • presenza del lievito madre • fonte di fibre • elevato gradimento sensoriale
Pane fresco con solo lievito madre 500 g	<ul style="list-style-type: none"> • massimizzazione prestazioni tecnologiche (capacità di produrre CO₂ e acidificante) e sensoriali (capacità di produrre acidi organici) del lievito madre
Panini e Focacce surgelate in atmosfera protettiva aventi una supply chain "ibrida" (surgelata per le fasi di trasporto e stoccaggio e a temperatura ambiente dalla fase di messa in vendita)	<ul style="list-style-type: none"> • estensione shelf life • visibilità e ottimizzazione dei costi nel punto di vendita
Ottimizzazione quantità di prodotto per confezione	<ul style="list-style-type: none"> • riduzione degli sprechi alimentari • miglioramento freschezza e fragranza
Packaging in carta	<ul style="list-style-type: none"> • riduzione impatto ambientale • maggiore attrattività

FOCUS CULTURA D'IMPRESA

La Mission e la Vision, così come tutte le scelte strategiche aziendali, sono governate dall'innovazione, che rende flessibile e adattabile la struttura organizzativa rispetto ai mutevoli e differenti scenari che si susseguono repentinamente.

TAPPE DEL PERCORSO DI RICERCA E INNOVAZIONE DAL 2018 AD OGGI

ANNO	DESCRIZIONE
2018/ 2019	Attività di ricerca interna, coadiuvata da partner accademici, finalizzata a: <ol style="list-style-type: none">1. estensione della shelf life di focacce confezionate in atmosfera protettiva da consumarsi tal quale e/o previo rinvenimento in forno;2. miglioramento della qualità sensoriale e ottimizzazione delle modalità di rinvenimento di focacce e pane surgelati;3. estensione della shelf life di pane affettato fresco e panini confezionati in atmosfera protettiva;4. verifica della cessione per contatto di sostanze chimiche derivanti dalle colle e dai solventi degli inchiostri da parte di materiali adoperati per l'imballaggio primario dei prodotti commercializzati.
2021/ 2022	Attività di ricerca interna, coadiuvata da partner accademici, con finalità di: <ol style="list-style-type: none">1. potenziamento del laboratorio per la ricerca e sviluppo;2. ottimizzazione delle prestazioni del lievito madre;3. attività di ricerca per la revisione del processo di produzione del lievito madre e dei parametri di processo per linea e per prodotto.
2022	Attività di ricerca interna volta all'ottenimento del massimo volume (alveolatura) del pane fresco realizzato esclusivamente con lievito madre.

Gli eventuali limiti devono essere interpretati come dei veri e propri motori dell'innovazione, perché plasmano tutta l'Organizzazione verso la maturazione di una visione che permetta di interiorizzare una propensione e una predisposizione verso il cambiamento stesso.

Le principali tappe dell'attività di ricerca e innovazione che ha caratterizzato l'ultimo quinquennio vengono riportate in tabella a fianco. Per le iniziative in corso di sviluppo e/o previste per il prossimo futuro fare riferimento al paragrafo 2.3 La strategia di sostenibilità.

Di particolare rilevanza, la **convenzione** sottoscritta con l'**Università di Bari** nel luglio del 2022 che prevede il **finanziamento del dottorato di ricerca** nell'ambito del Dipartimento interdisciplinare di Medicina della Università di Bari, denominato **“Progetto di Sviluppo di Intelligenza Artificiale e Nuove Tecnologie Digitali applicata alla Medicina Molecolare”**.

Il progetto si pone l'obiettivo di **studiare tecnologie alimentari per l'introduzione delle molecole senolitiche nei prodotti da Forno**, permettendo di introdurre una linea di prodotti, arricchiti con ingredienti naturali caratterizzati dalla capacità di indurre il ringiovanimento delle cellule renali, con conseguenti benefici salutistici dell'apparato renale di chi li consuma.



R&S: INDICATORI DI PERFORMANCE

- Costi sostenuti in attività di R&S di prodotto: l'analisi di tale indicatore conferma in valore assoluto l'impegno aziendale nei confronti dell'attività di ricerca e sviluppo mettendo a disposizione adeguate risorse. Per maggiori informazioni vedasi la tabella nella pagina seguente.

- Progetti di innovazione di prodotto/processo (num.)

2020	2021	2022
6	10	9

- Risorse umane impiegate per progetti di innovazione di prodotto/processo (unità)

2020	2021	2022
27	25	26

I PRESIDI PER LA CORRETTA GESTIONE DELL'INNOVAZIONE

Il coordinatore del team R&S è responsabile del monitoraggio dello stato di avanzamento dei progetti e di tutte le attività a supporto, a tal fine valorizza e misura periodicamente gli indicatori di performance.

Oropan è fermamente convinta che le idee e i progetti innovativi debbano essere gestiti e sviluppati con un'attività di controllo ridotta all'essenziale per evitare che l'iniziativa sia scoraggiata da eccessivi formalismi e controlli gerarchici.

Così facendo, infatti, è incoraggiata la giusta **autonomia** e il **senso di responsabilità**, presupposti essenziali che si traducono in maggiore proattività nella ricerca di soluzioni, a beneficio del numero e della qualità dei risultati. Vengono, così, individuati gli **indicatori di performance** della gestione dei singoli progetti innovativi da parte della funzione R&S. Di fianco ne vengono dettagliati alcuni.

La misurazione degli indicatori menzionati rappresenta non solo un valido **strumento di autovalutazione** per verificare l'efficacia e l'efficienza dell'Organizzazione nel gestire l'incertezza e il rischio legati ai processi di innovazione, ma favorisce il

miglioramento continuo, identificando eventuali criticità che vengono studiate al fine di implementare soluzioni ad hoc per ciascun tema emerso.

Il riesame periodico dell'intero processo di innovazione, basato sulla **misurazione dei KPI e della reason why** di progetto, consente di rilevare tempestivamente eventuali insuccessi e di apportare correzioni per evitare la ripetizione di eventi negativi.

Durante la redazione del piano sperimentale associato a ciascun progetto, i relativi owner assegnano le attività previste e le risorse necessarie ai responsabili di funzione, secondo la pianificazione stabilita. Il coordinatore del team R&S ha il compito di supervisionare il corretto operato di ogni risorsa coinvolta nei progetti e di segnalare eventuali scostamenti, cercando di individuare le cause. Il project management rappresenta uno strumento efficace per supportare le attività di supervisione e controllo

delle numerose attività operative che si svolgono nel processo aziendale, monitorando tempi, fasi, metodologie e risultati e misurando eventuali discrepanze rispetto alle previsioni.

Dopo il lancio dei prodotti, viene anche effettuata una **revisione della copertura distributiva**. Nel caso in cui quest'ultima non raggiunga gli obiettivi prefissati, sia in termini numerici che ponderati, si analizzano le ragioni dell'insuccesso e si individuano punti vendita alternativi con potenziale simile per sostituire quelli precedentemente definiti.

Tali **obiettivi** vengono **monitorati** trimestralmente attraverso successivi aggiornamenti, al fine di verificare eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi stabiliti. Quando si rilevano tali scostamenti, il team R&S si riunisce per comprendere se ci sono criticità legate al prodotto, alla comunicazione dei suoi punti di forza o a questioni di natura commerciale e distributiva.

INVESTIMENTI MATERIALI E COSTI R&S IN EURO (VALORI/000)



Internazionalizzazione

L'analisi e selezione dei relativi mercati obiettivo è realizzato seguendo un approccio strutturato basato su due stadi:

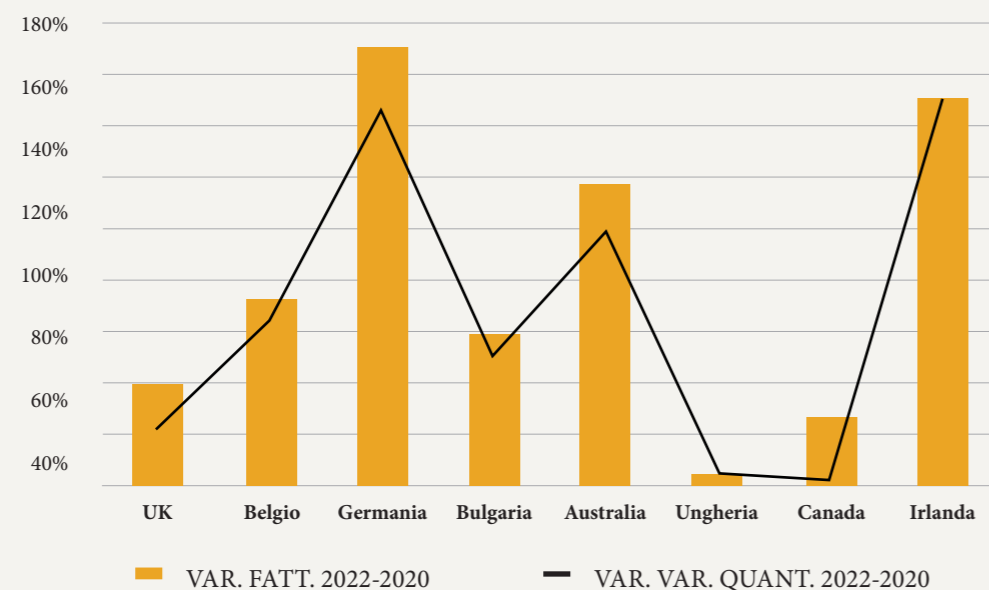
- **FASE ANALITICA "ON DESK":**
ricerche macro e microeconomiche di settore, per valutare l'attrattività dei diversi mercati in funzione del potenziale commerciale delle diverse linee di prodotto aziendali;
- **FASE ESPLORATIVA "ON FIELD":**
ricerca di partners locali, in primis importatori del settore di riferimento ovvero food brokers, distributori e clienti finali ai fine di "testare" l'offerta aziendale rispetto alle aspettative dei clienti (trade) e consumatori finali.



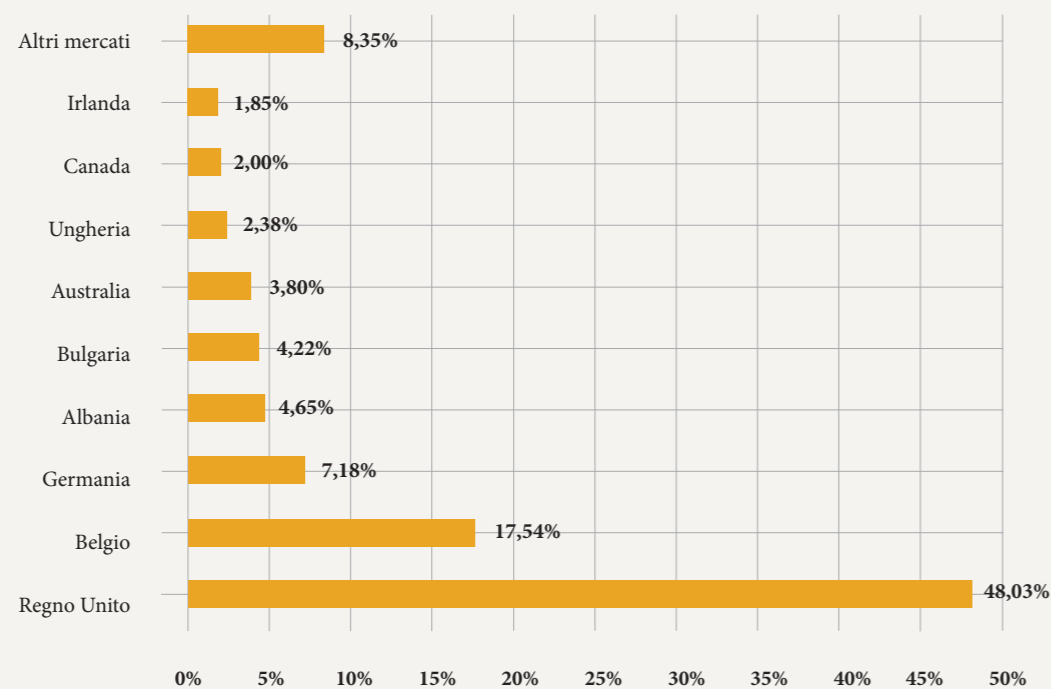
Il processo di sviluppo commerciale internazionale assume importanza strategica per il futuro di Oropan: in accordo con gli obiettivi aziendali, è costantemente alimentato da una sistematica attività di scouting di partner commerciali esteri (brokers, importatori e distributori) che presentino le seguenti caratteristiche:

1. **Familiarità** del partner con la **tipologia merceologica** di riferimento (prodotto in atmosfera protettiva o surgelato);
2. **Qualità** dei clienti e **delle relazioni commerciali** in essere fra il partner e gli interlocutori commerciali a valle;
3. **Strategicità e rilevanza** del mercato di riferimento;
4. **Strategicità e rilevanza** del **canale distributivo** nel mercato di riferimento servito;
5. **Solidità**, affidabilità commerciale e finanziaria **del** potenziale **partner**;
6. **Esperienza pregressa** nel commercio internazionale del potenziale partner;
7. **Specializzazione** del partner nei prodotti da forno italiani di alta gamma.

ANDAMENTO 2022 VS 2020 - MERCATI TOP



FATTURATO PER PAESE 2022



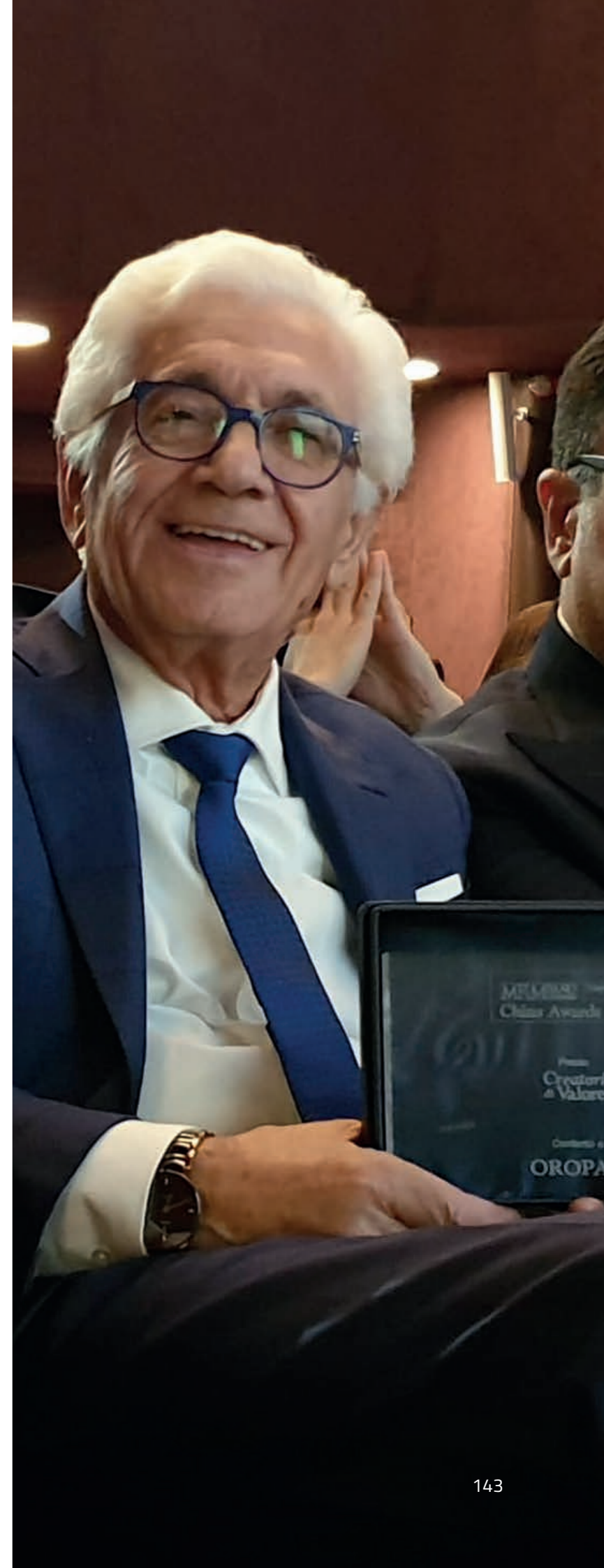
EVIDENZE RELATIVE ALL'EXPORT DI OROPAN

Nonostante le criticità macroeconomiche citate in precedenza, l'export dell'Azienda ha fatto risultare una performance positiva, pari al +18,5% a valore rispetto al 2021, in un anno particolarmente complicato ed importante per il comparto dei panifici industriali.

I mercati di sbocco per i prodotti Oropan sono stati in totale 26, con UK, Belgio e Germania che contano oltre il 70% del fatturato estero. Di fianco si rappresentano i mercati raggiunti.

Nello specifico, i mercati che hanno fatto registrare maggiori incrementi di fatturato nel triennio 2022-2020 sono stati la Germania (+170%), l'Australia (+119%) ed il Belgio (+74%); l'Ungheria, ed il Canada hanno invece avuto un atteggiamento riflessivo, con incrementi di fatturato più marginali, correlati a dinamiche interne di natura prevalentemente macroeconomica (inflazione ed impatto sulla domanda di prodotti importati).

Il confronto del tasso di variazione del fatturato nel breve (2022 vs 2021) con quello di medio periodo (2022 vs 2020), permette di distinguere due clusters di mercati: mercati





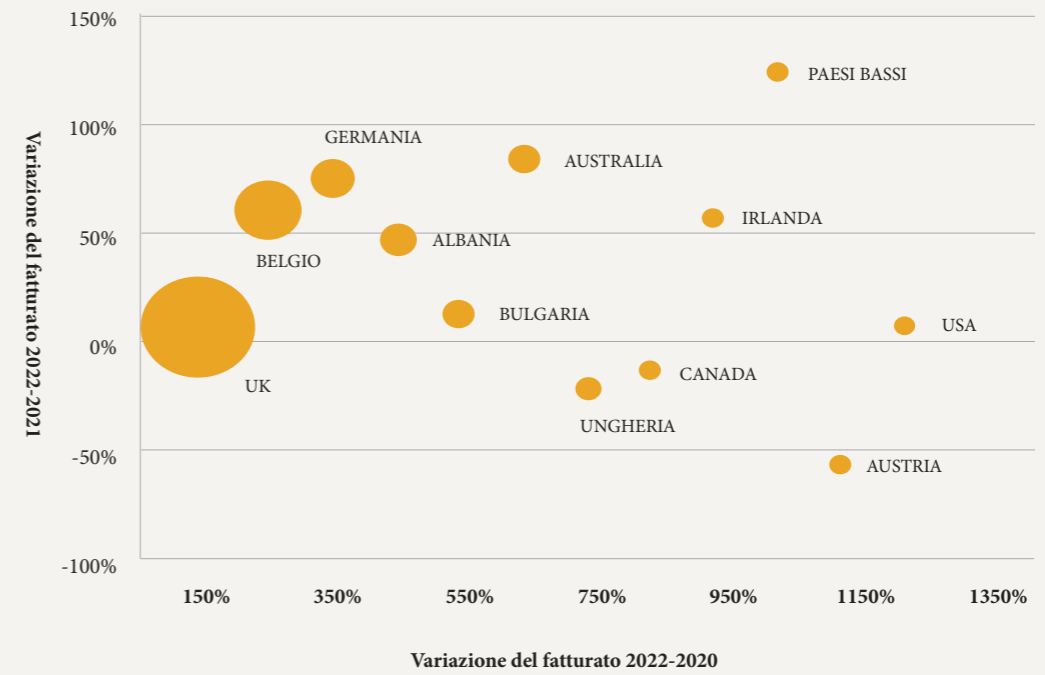
più maturi per l'export aziendale come Regno Unito, Belgio, Germania e mercati emergenti, come Irlanda, Olanda ed USA che hanno ancora molto da esprimere sia nel canale foodservice, che nel canale retail. La ripartizione del fatturato per macroaree evidenzia che circa il **62%** è generato in **Paesi Extra-EU** (con un rilevante peso del mercato UK), mentre circa il **38%** è realizzato nel **mercato unico** come di seguito illustrato. Vedasi Grafico Ripartizione del fatturato per macroarea.

FATTURATO E PRODOTTI

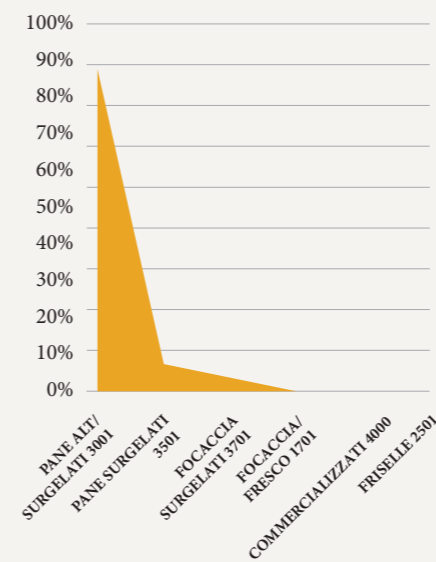
Con riferimento alle linee di prodotto oggetto di esportazione, si evidenzia come la **quasi totalità del fatturato** è legata alla categoria dei **panificati surgelati**, che naturalmente si presta bene per progetti di espansione a lungo raggio data l'estesa durata del prodotto (12 mesi). In particolare, circa l'**88%** è generato con la linea "pane surgelato", mentre la linea "panini surgelati" e "focacce surgelate" insieme rappresentano circa l'**11%** del fatturato, come a seguire rappresentato.

Nuove opportunità di sviluppo presuppongono quindi **nuovi lanci di prodotto** nella categoria ambient e atmosfera protettiva, al fine di diversificare l'offerta ai mercati esteri in una logica di estensione di gamma che virtuosamente permetterà di rafforzare il rapporto commerciale con i partner in essere.

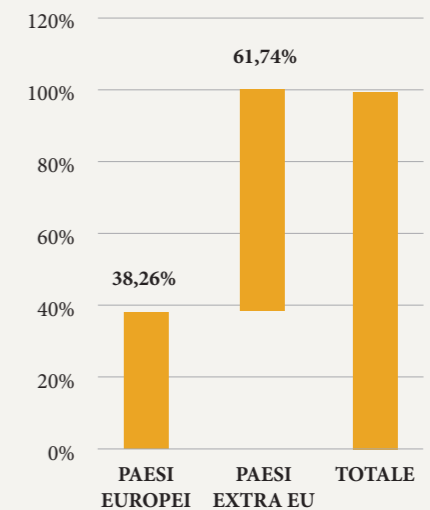
ANALISI DINAMICA DEL FATTURATO



FATTURATO EXPORT 2022 PER LINEE DI PRODOTTO



RIPARTIZIONE DEL FATTURATO 2022 PER MACRO-AREA



ECONOMIA

Prospettive di sviluppo: Progetto PLA 2020-2025



13,3 MLN €

investimento totale



4,4 MLN €

contributo Regione Puglia



0,2 MLN €

investimento R&S



A seguito della Comunicazione Regionale di ammissione alla presentazione del Progetto Definitivo, Protocollo AOO_158/16575 del 10/12/2020, è di fatti iniziata la fase realizzativa del **Programma Integrato di Agevolazioni per le piccole e medie imprese** ottenuto da Oropan. Nel 2022 la Società ha ricevuto la conferma dell'**importo definitivo** ammesso alla contribuzione, pari ad **euro 13.296.796**, con una copertura finanziaria mista attraverso **tre diverse fonti di finanziamento: pubblica, societaria e bancaria.**

Lo **scopo** del progetto, che prevede l'entrata «a regime» nell'esercizio 2025, è "**l'ampliamento di un'unità produttiva**", mediante una serie di **investimenti** articolati e coordinati tra loro nell'**ambito degli Attivi Materiali, R&S e Acquisizione di servizi** finalizzati ad ampliare la capacità produttiva, il miglioramento dei prodotti già esistenti nell'offerta aziendale, innovando le linee produttive con nuovi impianti, nuovi processi e prodotti e con un sistema informatizzato che possa gestire tutte le attività dell'azienda riferite alle linee di produzione, agli ingredienti, ai processi ed alla movimentazione del magazzino.



+10 ULA

Risorse Umane aggiuntive nell'anno a regime e da mantenere sino all'esercizio 2029



+60%

Produzione Kg/anno

CAPITOLO 5

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

5.1 Consumi energetici ed emissioni

5.2 La gestione della risorsa idrica

5.3 La gestione delle materie prime

5.4 La gestione dei rifiuti

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

L'impegno per mitigare l'impatto ambientale delle attività produttive rappresenta per Oropan un elemento imprescindibile del proprio operato quotidiano: la gestione responsabile dei consumi, l'implementazione di azioni di monitoraggio e miglioramento delle performance, nonché la formazione destinata a tutti i dipendenti sono soltanto alcune delle attività essenziali della strategia di sostenibilità adottata dall'Azienda.

In un mutato contesto globale che valorizza sempre di più la capacità di presidiare con maturata consapevolezza le questioni ESG, risulta, dunque, fondamentale dimostrare la capacità concreta di ripensare processi e prodotti in chiave ambientalmente sostenibile.

AMBIENTE

Consumi energetici ed emissioni

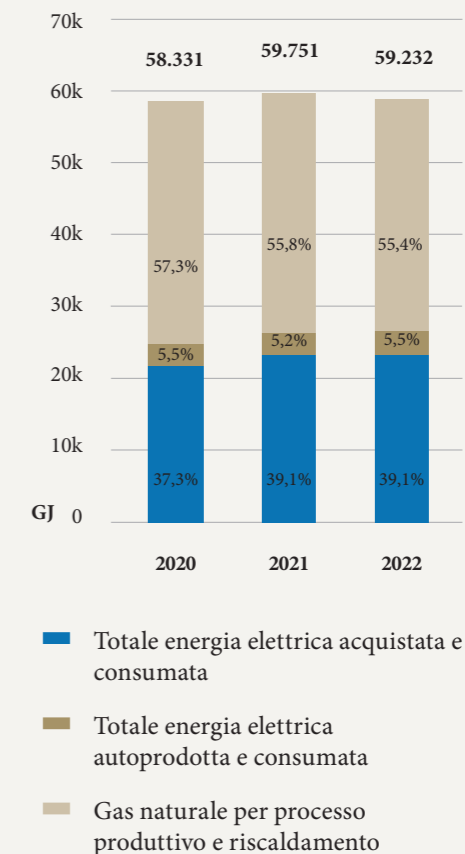
Oropan crede fermamente nella possibilità di sviluppare un modello aziendale basato sulla sostenibilità.

Pertanto, date le significative esigenze energetiche dettate dalle sue attività produttive, l'Azienda ha ritenuto necessaria la definizione di interventi sistematici volti a gestire in maniera efficace ed efficiente i consumi energetici.



Uno dei principali obiettivi di Oropan risiede nella volontà di assicurarsi un approvvigionamento sempre più orientato verso fonti di energia pulita, promuovendo l'incremento delle fonti rinnovabili nel mix energetico aziendale. Allo stato attuale le fonti energetiche sui cui si basa il mix energetico aziendale risultano essere l'energia elettrica e il gas naturale.

CONSUMI ENERGETICI STABILIMENTI



Sono esclusi i consumi di carburante rendicontati separatamente.

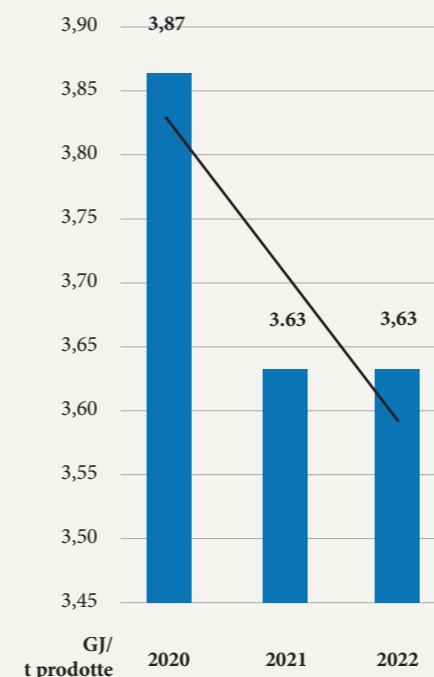
ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE¹

GRI 301-2	2020	2021	2022
Energia Elettrica (GJ)			
Totale energia elettrica acquistata e consumata	21.741	23.336	23.157
- di cui acquistata da fonti rinnovabili secondo mix energetico del fornitore	6.298	9.878	9.802
Totale energia elettrica autoprodotta e consumata	3.194	3.104	3.240
- di cui autoprodotta da fonti rinnovabili (impianti fotovoltaici)	3.194	3.104	3.240
Totale energia elettrica autoprodotta e venduta	405	280	440
GPL (GJ)			
Consumato per alimentazione impianti e riscaldamento	-	-	-
Metano (GJ)			
Gas naturale per processo produttivo e riscaldamento	33.396	33.311	32.835
Parco auto aziendale (GJ)			
Gasolio	1.424	1.556	1.640
Benzina	91	227	257

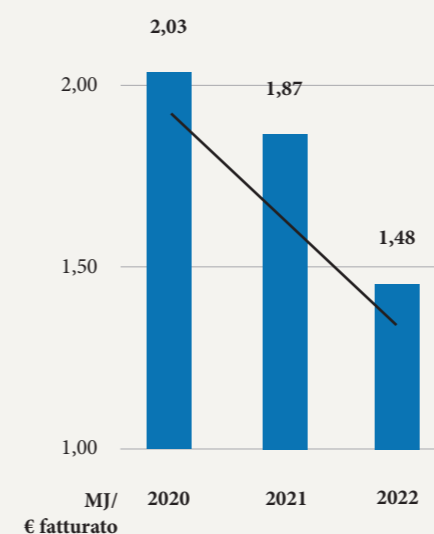
INTENSITÀ ENERGETICA DEI CONSUMI INTERNI²

GRI 302-3	2020	2021	2022
Totale consumi energetici (GJ)	58.331	59.751	59.232
Quantità prodotte (t)	15.087	16.440	16.305
Fatturato (€)	28.724.738	31.956.829	39.899.327
GJ/t prodotte	3,87	3,63	3,63
MJ/€ fatturato	2,03	1,87	1,48

INTENSITÀ ENERGETICA (GJ/QUANTITÀ PRODOTTE)



INTENSITÀ ENERGETICA (MJ/FATTURATO)



INIZIATIVE

Nell'ambito del Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, di seguito si evidenziano le principali iniziative previste per il 2023.

ANNO 2023

1. Implementazione ISO 14001;
2. Acquisto di nuovi impianti per la gestione del freddo con performance migliori dal punto di vista energetico e di utilizzo di gas refrigeranti;
3. Svolgimento di un Audit energetico per individuare i centri di consumo energetico al fine di ottimizzare la gestione dell'energia;

BREAKDOWN DEI CONSUMI

I consumi dell'Azienda per l'anno 2022 hanno visto una sostanziale conferma dei dati registrati nel biennio 2020-2021: lievemente in calo rispetto all'annualità precedente (-1%), essi si attestano a 59.232 GJ.

Entrando nel dettaglio delle specifiche componenti il 55% del fabbisogno energetico dell'Azienda è ad oggi coperto dal **gas naturale**, confermando il proprio ruolo di fonte energetica principale.

Al secondo posto si posiziona l'**energia elettrica** che, in termini assoluti, vede una crescita rispetto al 2020 del 6,5%, attestandosi a 23.157 GJ.

Al fine di proseguire nel percorso di contenimento dei consumi, sono allo studio interventi indirizzati all'**acquisto di nuovi macchinari più efficienti** da impiegare nei processi produttivi.

Il 2022 ha visto il confermarsi dei volumi di produzione dell'esercizio precedente.

Guardando, invece, rispetto al 2020 essi hanno visto una significativa **crescita** di poco più dell'8%: un tale incremento è stato necessariamente accompagnato da una **crescita dei consumi di energia (+1,7%)**, i quali, rapportati ai volumi di produzione, mostrano però una **riduzione dell'indicatore di intensità** (espresso in GJ/t) stimato nell'ordine del 6% nel periodo 2020-2022.

Tale contrazione ben testimonia

il percorso intrapreso da Oropan nell'efficientamento dei propri processi.

GLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI

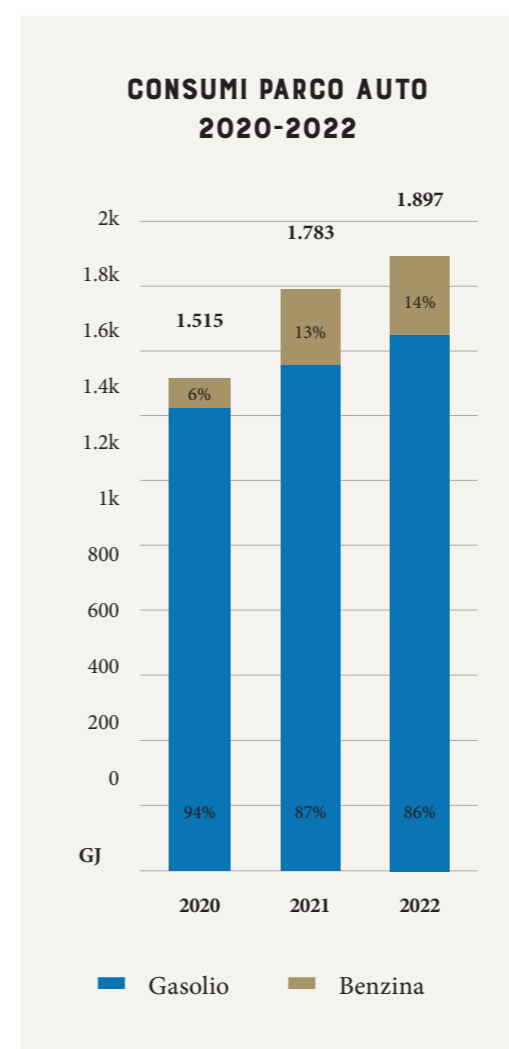
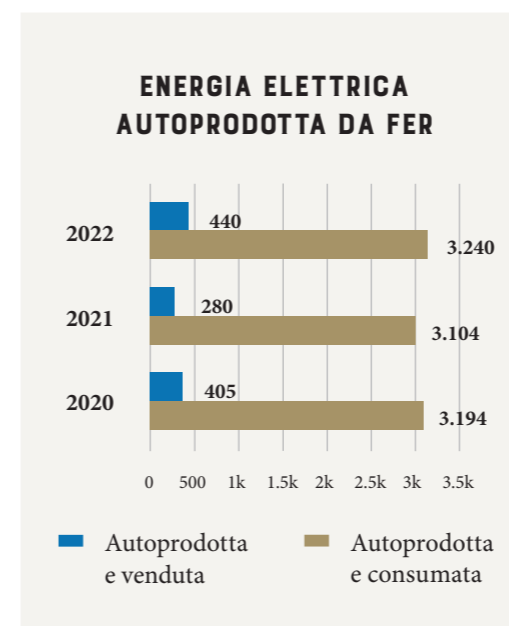
Al fine di favorire l'approvvigionamento da fonti rinnovabili, Oropan si avvale di energia autoprodotta tramite quattro diversi impianti fotovoltaici di proprietà, per un totale della potenza nominale installata di 881 kW.

Nel breve futuro è previsto, inoltre, un aumento dell'autoconsumo grazie all'acquisto di due trasformatori e la costruzione di un nuovo impianto di 270 kW.

La consapevolezza di appartenere ad un settore industriale caratterizzato dall'alto utilizzo di energia (funzionamento dei forni delle linee di produzione), porta Oropan ad impegnarsi attivamente a sviluppare soluzioni innovative per **ridurre la propria impronta ambientale** e contribuire alla **transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio**.

¹Le modalità di calcolo per la conversione in GJ dei consumi energetici durante il 2022 sono state aggiornate e applicate ai precedenti anni oggetto di rendicontazione.

²Per il calcolo degli indicatori si fa riferimento unicamente ai consumi imputabili alle attività produttive degli stabilimenti, escludendo dunque i consumi di carburante del parco mezzi.



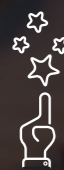
L'ENERGIA AUTOPRODOTTA ED I CONSUMI DI CARBURANTE

Volendo valutare l'intensità energetica, in questo caso calcolata rapportando i consumi energetici con il fatturato, la contrazione osservata nel medesimo periodo (2020-2022) risulta ben più significativa, attestandosi al 27%.

Grazie agli sforzi profusi negli anni, significativo è il contributo degli impianti fotovoltaici di proprietà, che sul fabbisogno complessivo, per l'anno 2022, si aggira nell'intorno del 6%.

Rispetto alla scorsa annualità si denota una contenuta **crescita** della quota **autoprodotta e consumata (+4,4%)** mentre, ben più corposa, risulta essere quella **autoprodotta e venduta** che fa segnare un +57% rispetto al 2021, attestandosi circa ai livelli del 2020.

In merito, infine, ai **consumi di carburante**, nell'esercizio 2022 si registra un **aumento** di circa il 6% rispetto all'esercizio 2021 e del 25% rispetto al 2020, anno che può essere preso in considerazione solo parzialmente per gli effetti causati dalla pandemia Covid che ha ridotto notevolmente l'utilizzo del carburante riconducibile al proprio parco mezzi.



INIZIATIVE

Di seguito le principali iniziative previste per il 2024:

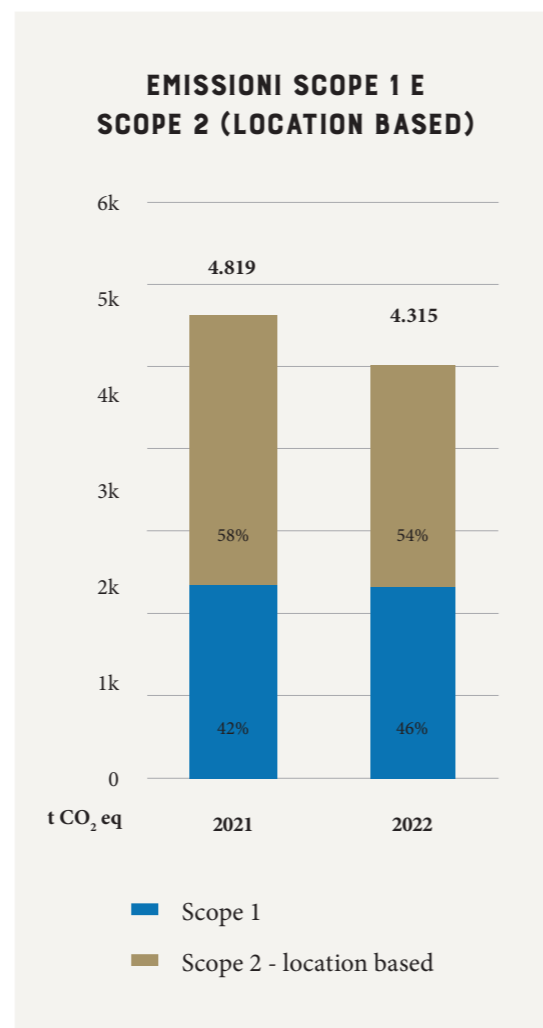
ANNO 2024

- 1. Potenziamento Impianti Fotovoltaici per incremento del consumo di energia da fonti rinnovabili;**
- 2. Finalizzazione del progetto per la realizzazione di una centrale e riserva idrica per ottimizzare la gestione dell'acqua, elemento essenziale nella produzione Oropan.**
- 3. Progetti di compensazione delle emissioni (es. piantumazione, acquisto di crediti di carbonio);**

LE EMISSIONI

Le performance registrate rispetto ai consumi energetici si riflettono inevitabilmente sulle emissioni clima alteranti di cui l'Azienda è responsabile. Queste sono state calcolate in piena conformità con le indicazioni previste dal GRI.

Esse sono dunque riconducibili a due principali categorie emissive, definite Scope 1 e Scope 2:



SCOPE 1

Lo Scope 1 include le emissioni dirette generate dalle attività interne dell'Azienda o da quelle controllate da essa.

Queste emissioni derivano principalmente dalle fonti stazionarie di combustione, necessarie per il funzionamento e il riscaldamento degli impianti, in aggiunta alle fonti di combustione mobili, quali la flotta aziendale.³

SCOPE 2

Lo Scope 2 include invece le emissioni indirette derivanti dalla produzione di elettricità, vapore o calore forniti da terze parti in luoghi diversi da quelli in cui vengono utilizzati.

Tali emissioni sono attribuite all'Azienda in quanto consumatrice finale, sebbene non prodotte direttamente. Il calcolo viene effettuato secondo due distinti approcci: market based, stimato a partire dai fattori di emissione associati all'energia elettrica fornita dai fornitori selezionati, oppure location based, approccio che impiega i fattori di emissione relativi al mix energetico nazionale.⁴

In virtù dell'assenza di Garanzie di Origine certificate relative all'energia elettrica acquistata, si è deciso di riportare esclusivamente i **risultati** ottenuti secondo la metodologia **location based**, in quanto stando a queste condizioni non è possibile valorizzare il mix energetico del fornitore prescelto dall'Azienda.

Le **emissioni** così calcolate evidenziano, in termini assoluti, una sostanziale riconferma di quanto fatto registrare per l'esercizio precedente: esse ammontano a **4.315 t CO₂ eq**, in **diminuzione** rispetto al 2021 (-10%).

³Nello Scope 1 sono da ricomprendere anche le emissioni fuggitive di gas refrigeranti. A causa del monitoraggio del dato da parte dell'azienda a partire dall'esercizio 2023, non è stato possibile contabilizzare gli impatti ad essi associati dell'anno 2022.

⁴Rappresentazione dell'impronta carbonica relativamente al consumo di combustibili per l'alimentazione del processo produttivo, del riscaldamento e della flotta aziendale e al consumo di energia elettrica acquistata dalla rete nazionale. I fattori di emissione impiegati per i combustibili fanno riferimento alla Tabella dei parametri standard nazionali (ISPRA, 2023), mentre i fattori di emissione impiegati per l'approvvigionamento elettrico fanno riferimento al report European Residual Mixes (AIB, 2022).

EMISSIONI SCOPE 1 E SCOPE 2 LOCATION-BASED

GRI 305 - EMISSIONI	2021	2022
GRI 305-1 Emissioni dirette Scope 1 (t CO₂ eq)		
Consumi di gas metano	1.886	1.859
Consumi di benzina	16,7	19
Consumi diesel	116	122
Totale Scope 1	2.018	1.999
GRI 305-1 Emissioni dirette Scope 2 (t CO₂ eq)		
Da energia elettrica acquistata – location based	2.801	2.315
Da energia elettrica acquistata – market based	2.996	2.960
Totale Scope 1 + Scope 2 Location based	4.819	4.315
Totale Scope 1 + Scope 2 Market based	5.014	4.959
GRI 305-4 Intensità emissiva (t CO₂ eq)		
Quantità prodotte (t)	16.440	16.305
Fatturato (€)	31.956.829	39.899.327
t CO₂ eq location based /t prodotte	0,29	0,26
kg CO₂ eq location based /€ fatturato	0,15	0,11



AMBIENTE

La gestione della risorsa idrica

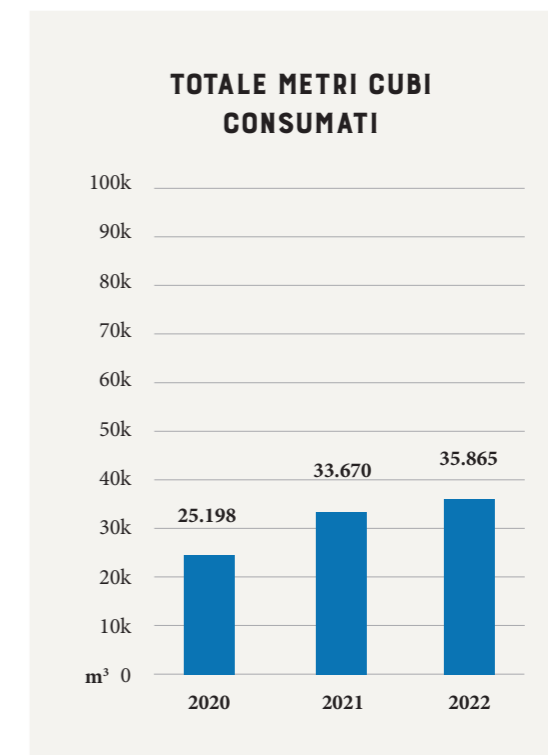
L'acqua rappresenta un ingrediente imprescindibile per i prodotti da forno di Oropan, basati sulle ricette della tradizione di cui l'Azienda è custode. La corretta gestione di un bene tanto prezioso è dunque elemento centrale all'interno della strategia di sostenibilità aziendale.

Una volta all'interno dello stabilimento produttivo, l'acqua svolge un ruolo fondamentale come ingrediente delle ricette.



L'Azienda, riconoscendo che la qualità del prodotto può variare in base alla durezza dell'acqua utilizzata, ha adottato un approccio rigoroso e sistematico per il controllo della risorsa idrica.

L'acqua viene, inoltre, utilizzata per scopi tecnici a supporto del processo di surgelazione: essa viene, dunque, impiegata sia nelle torri di abbattimento della temperatura che nelle caldaie di servizio, venendo sottoposta, a seconda dell'impianto di destinazione, a processi di addolcimento dedicati. Le emissioni inerenti questo processo non sono state rendicontate all'interno del presente Bilancio e faranno parte del processo di miglioramento e di armonizzazione dei dati che Oropan persegue costantemente di anno in anno.



CONSUMI E SCARICHI

L'acqua di Oropan è prelevata dalla linea di distribuzione fornita del gestore territoriale competente venendo poi destinata agli usi descritti, in conformità alle disposizioni di cui al D.lgs. 18/2023 (Attuazione della direttiva UE 2020/2184 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2020, concernente la qualità delle acque destinate al consumo umano).

Nel corso del 2022, a testimonianza della volontà di implementare misure per garantire la corretta gestione dei consumi, l'Azienda ha dato avvio a un **processo di mappatura e valutazione degli impatti ambientali relativi alla risorsa idrica** che ha determinato una line-up finalizzata alla stesura di un piano di risparmio dell'acqua nel triennio 2023-2025.

Il piano di valutazione degli impatti così elaborato prevede **quattro fasi operative**:

- **Mappatura della risorsa e dei consumi;**
- **Ottimizzazione e rinnovamento impianti** a supporto della produzione con impianti di moderna concezione e sostenibilità;
- **Organizzazione di una manutenzione** puntuale ed efficace;
- **Ottimizzazione dei consumi.**

Stando ai dati di **consumo** raccolti

per il 2022, essi ammontano a **35.865 metri cubi**. Tale quantità risulta sostanzialmente in linea con i dati relativi all'anno precedente, rispetto ai quali si registra una leggera **crescita nell'ordine del 7%**. Ben più significativo risulta l'incremento registrato **rispetto al 2020 (+42%)**, anno soggetto agli effetti della pandemia Covid-19 e con una produzione inferiore rispetto all'ultimo biennio, fattori che hanno inevitabilmente comportato un utilizzo della risorsa idrica inferiore rispetto al biennio 2021-2022.

Per quel che riguarda gli **scarichi idrici aziendali** è opportuno effettuare una distinzione tra i reflui provenienti dalle attività produttive e le acque meteoriche di dilavamento, raccolte sulle superfici scolanti nelle disponibilità dell'Azienda.

In merito alle **acque reflue assimilate alle domestiche**, le stesse vengono convogliate verso un impianto di trattamento del tipo biologico ad ossidazione e con trattamento finale di fitodepurazione, inserito in AUA n. 19/2020 ai sensi del DPR 59/2013, prima del conferimento al suolo tramite subirrigazione. I conseguenti **residui** del trattamento delle acque reflue sono gestiti come rifiuti con **codice CER 200304** (fanghi di fosse settiche).

Per quanto riguarda le **acque meteoriche**, le stesse sono convogliate in un impianto e sottoposte ad adeguato trattamento. Le stesse, a valle del trattamento, sono disperse in pozzi assorbenti. I **residui** del trattamento delle acque meteoriche sono gestiti come rifiuti classificati con **codice CER 020603** (fanghi da trattamento in loco degli effluenti).

GRI 303 ACQUA E SCARICHI IDRICI	2020	2021	2022
GRI 303-3 Prelievi (m³)			
Acqua di superficie	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
Acqua da pozzo	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
Acqua marina	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-
di cui acqua dolce (≤1000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
Acqua prelevata da terze parti	25.198	33.670	35.865
di cui acqua dolce (≤1000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	-	-	-
GRI 303-5 Consumi (m³)			
Totale consumi	25.198	33.670	35.865

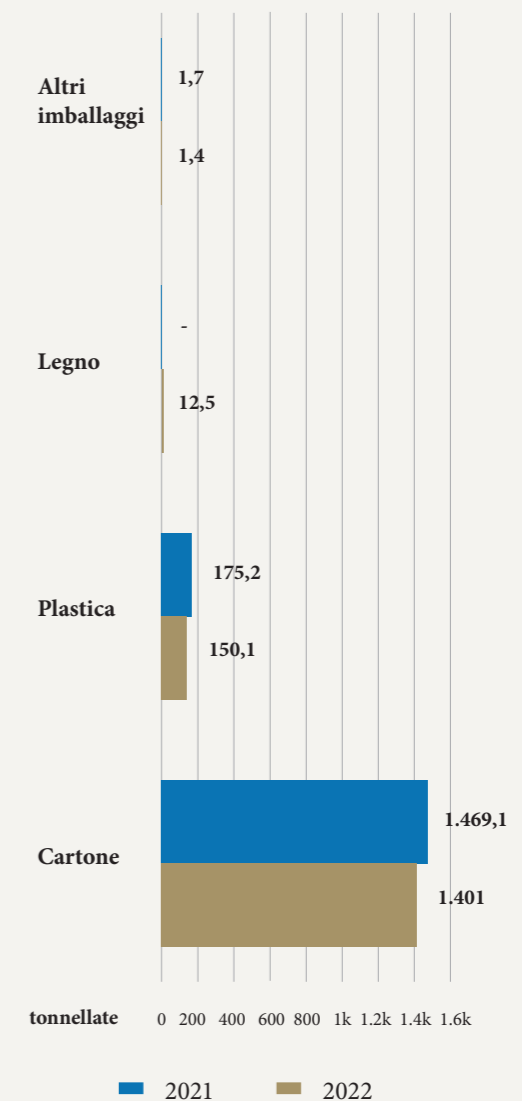
AMBIENTE

La gestione delle materie prime

La selezione delle materie prime in Oropan avviene attraverso procedure volte ad identificare unicamente gli ingredienti migliori per la realizzazione dei prodotti, collaborando con i fornitori al fine di garantire elevati standard qualitativi. Questa attenta gestione della tracciabilità e della sostenibilità delle materie prime garantisce la mitigazione del rischio di esposizione dell'Azienda a potenziali rischi di mercato o reputazionali, nonché la prevenzione di possibili problematiche legate alla sicurezza alimentare a valle della catena di fornitura.

A partire dal 2020, di particolare rilevanza, è stata la riprogettazione, ad oggi ancora in corso, finalizzata alla parziale sostituzione del materiale plastico, utilizzato per il confezionamento dei prodotti.

QUANTITÀ IMBALLAGGI ACQUISTATA 2021-2022



GRI 301 MATERIALI	2020	2021	2022
GRI 301-1 Materie prime (kg)			
Sfarinati	12.006.470	12.653.070	12.390.665
Olio	10.060	24.240	30.407
Sale	221.000	252.925	253.000
Altri ingredienti	264.021	292.334	449.214
Totale materie prime	12.501.551	13.222.569	13.123.286

GRI 301 MATERIALI	2021	2022
GRI 301-3 Materiali da imballaggio (kg)		
Cartone	1.469.090	1.400.989
<i>di cui proveniente da riciclo</i>	-	-
Carta	-	-
<i>di cui proveniente da riciclo</i>	-	-
Plastica	175.173	150.147
<i>di cui proveniente da riciclo (es. R-PET)</i>	-	-
Alluminio	-	-
Legno	-	12.493
Altri imballaggi⁵	1.656	1.434
Totale	1.645.919	1.565.063

⁵Trattasi di acciaio



AMBIENTE

La gestione dei rifiuti

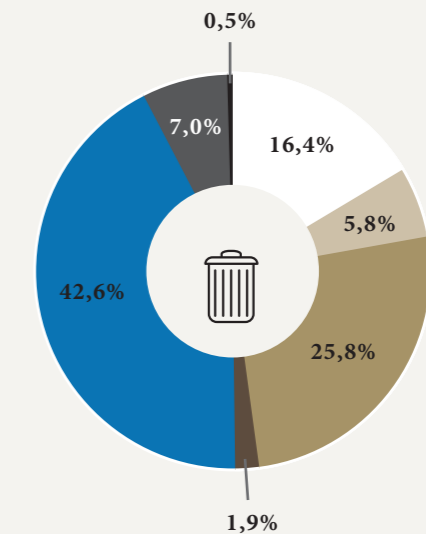
Nel corso degli anni, Oropan ha implementato una strategia attenta alla gestione dei rifiuti generati durante i processi industriali, quale base fondamentale della politica di sostenibilità aziendale.

L'obiettivo è quello di garantire una corretta differenziazione dei rifiuti, ridurre la quantità totale e massimizzarne il recupero. Inoltre, grazie al percorso intrapreso per l'ottenimento della ISO 14001, l'organizzazione si è dotata di accurate procedure interne volte, tra le altre finalità, a garantire un attento e puntuale monitoraggio degli scarti prodotti.

I RIFIUTI GENERATI

Di seguito i rifiuti prodotti nel 2022 per codice CER. Nella categoria "Altro" rientrano i codici CER con peso sul totale inferiore al 1%.

PRINCIPALI RIFIUTI PRODOTTI DA OROPAN PER L'ANNO 2022



- Carta - 150101
- Legno - 150103
- Imballaggi misti - 150106
- Fanghi delle fosse settiche - 200304
- Fanghi - 020603
- Rifiuti misti costruzione e demolizione - 170904
- Altro



Il risultato raggiunto garantirà la possibilità di **interventi mirati** sul fronte della gestione dei propri residui di produzione.

BREAKDOWN DEI RIFIUTI

Nell'ambito della gestione operativa, si identificano come principali categorie di rifiuti quelli correlati al ciclo produttivo, come i fanghi derivanti dalle attività degli impianti di trattamento delle acque descritte nei paragrafi precedenti (42% del totale prodotto), gli imballaggi misti non differenziati (26%) e la carta (16,5%).

A seguito della **strutturazione delle procedure interne di rendicontazione** dei rifiuti, nell'ambito dell'ottenimento della **ISO 14001**, non è però possibile effettuare raffronti sui quantitativi registrati gli anni scorsi, dal momento che i dati sono stati rendicontati sulla base di approcci metodologici differenti.

Al fine di garantire una corretta gestione dei residui prodotti, l'Azienda collabora con **partner specializzati**, selezionati in base a criteri rigorosi di qualità e affidabilità, e valutati attraverso mirati assessment svolti dall'ufficio acquisti, per la verifica dei **requisiti tecnici e contrattuali** relativi ai **codici CER** di riferimento.

GRI 306 RIFIUTI (2022)	IN LOCO	SITO ESTERNO	TOTALE
Rifiuti per composizione (kg)			
Rifiuti non pericolosi	1.277	340.860	342.137
Rifiuti pericolosi	4	59	63
Totale	1.281	340.919	342.200

GRI 306 RIFIUTI (2022)	IN LOCO	SITO ESTERNO	TOTALE
GRI 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento			
Rifiuti pericolosi (kg)			
Preparazione per il riutilizzo - (R13)	4	59	63
Riciclo - (R3, R4, R5, R11)	-	-	-
Altre operazioni di recupero - (R2, R6, R7, R8, R9, R10, R12)	-	-	-
Totale	4	59	63
Rifiuti non pericolosi (kg)			
Preparazione per il riutilizzo - (R13)	1.267	188.680	189.947
Riciclo - (R3, R4, R5, R11)	-	-	-
Altre operazioni di recupero - (R2, R6, R7, R8, R9, R10, R12)	-	-	-
Totale	1.267	188.680	189.947

GRI 306 RIFIUTI (2022)	IN LOCO	SITO ESTERNO	TOTALE
GRI 306-5 Rifiuti destinati a smaltimento			
Rifiuti pericolosi (kg)			
Preparazione per lo smaltimento - (D13, D14, D15)	-	-	-
Incenerimento con recupero di energia - (R1)	-	-	-
Incenerimento senza recupero di energia - (D10, D11)	-	-	-
Conferimento in discarica - (D1, D5)	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento - (D2, D3, D4, D6, D7, D8, D9, D12)	-	-	-
Totale	-	-	-
Rifiuti non pericolosi (kg)			
Preparazione per lo smaltimento - (D13, D14, D15)	10	-	10
Incenerimento con recupero di energia - (R1)	-	-	-
Incenerimento senza recupero di energia - (D10, D11)	-	-	-
Conferimento in discarica - (D1, D5)	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento - (D2, D3, D4, D6, D7, D8, D9, D12)	-	152.180	152.180
Totale	10	152.180	152.190



CAPITOLO 6

RESPONSABILITÀ SOCIALE

6.1 Le persone: il nostro asset

6.2 Training e formazione

6.3 Diversità e pari opportunità

6.4 Salute e sicurezza

6.5 La catena di fornitura

6.6 I consumatori finali e i clienti

6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità

SOCIETÀ

Le persone: il nostro asset

Oropan considera il capitale umano e la sua valorizzazione come elementi essenziali per il successo dell'Azienda.

La popolazione aziendale nella sua interezza costituisce, infatti, un asset immateriale di inestimabile valore, poiché comprende l'insieme delle capacità, competenze, conoscenze, abilità professionali e relazionali sviluppate dai collaboratori (hard, soft e deep skill).

IL VALORE DELLE PERSONE

Oropan si impegna a promuovere e garantire l'integrità fisica, etica e culturale di ogni individuo, creando condizioni di lavoro che rispettino la dignità personale e fornendo ambienti di lavoro sicuri. L'Azienda crede fermamente che, migliorare e favorire il benessere sul luogo di lavoro, sia essenziale per incentivare e motivare l'impegno e la dedizione di tutti i collaboratori: una popolazione aziendale qualificata e coinvolta rappresenta uno dei principali fattori per la creazione di valore condiviso e la crescita del business nel lungo periodo.

Al 31.12.2022 Oropan conta nel proprio organico un totale di n. 156 dipendenti, suddivisi come riportato nella tabella seguente, a cui si aggiungono ulteriori 13 persone (collaboratori non dipendenti), raggiungendo un organico complessivo pari a 169 collaboratori.

Il dato risulta sostanzialmente in linea con quello dell'anno precedente. Il numero di dipendenti - riportato nel presente documento - fa riferimento all'indicazione dei **GRI standard** di utilizzare i dati a consuntivo del periodo di rendicontazione, ossia al giorno del 31/12/2022. Il dato sui dipendenti indicato all'interno del Bilancio d'esercizio, redatto secondo i principi contabili civilistici, fa riferimento all'**organico medio annuo** che nell'esercizio 2022 è stato pari a **160 dipendenti**.

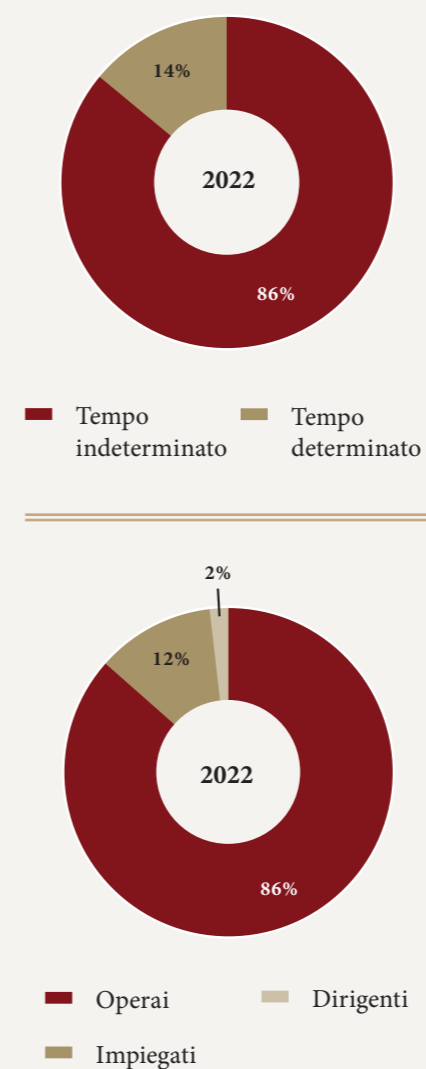
DIPENDENTI A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO, PART TIME E FULL TIME

GRI 2-7A	2020	2021	2022
Totale dei dipendenti	158	154	156
<i>Uomo</i>	150	148	150
<i>Donna</i>	8	6	6
Tempo indeterminato (incluso contratto di apprendistato)	153	146	134
<i>Uomo</i>	145	140	129
<i>Donna</i>	8	6	5
Tempo determinato	5	8	22
<i>Uomo</i>	5	8	21
<i>Donna</i>	-	-	1
Full time	157	154	156
<i>Uomo</i>	150	148	150
<i>Donna</i>	7	6	6
Part time	1	-	-
<i>Uomo</i>	-	-	-
<i>Donna</i>	1	-	-

ALTRO PERSONALE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

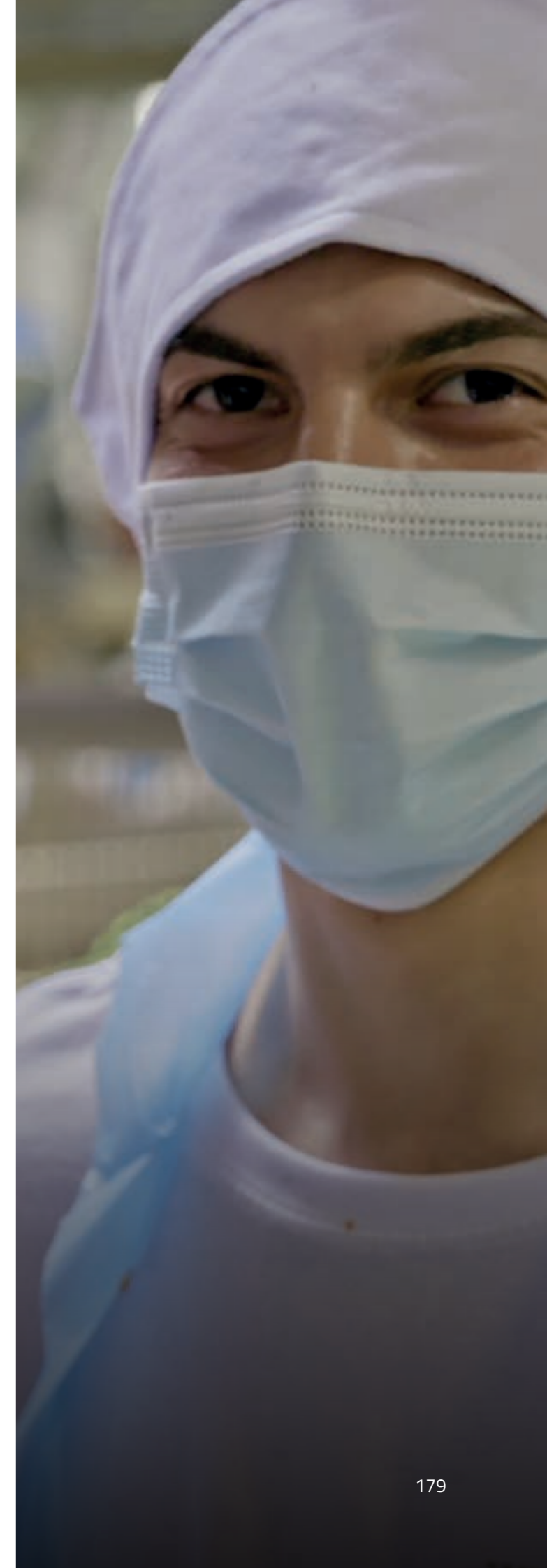
GRI 2-7A	2020	2021	2022
A ore non garantite (es. a chiamata, occasionale)	11	5	13
<i>Uomo</i>	10	4	10
<i>Donna</i>	1	1	3

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E INQUADRAMENTO



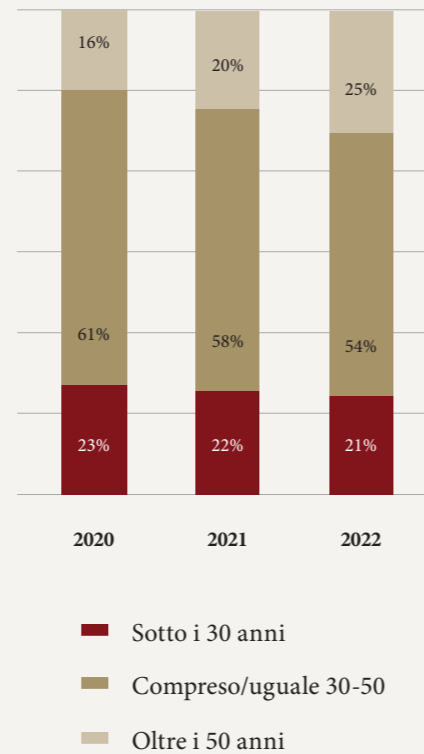
Il rapporto di lavoro offerto ai dipendenti è stabile e continuativo, con l'86% con un **contratto di lavoro a tempo indeterminato**.

Gli **operai** rappresentano l'86% del personale aziendale, mentre le altre due categorie, **impiegati e dirigenti**, rispettivamente il 12% e 2%.





DIPENDENTI SUDDIVISI PER FASCIA D'ETÀ



Si evidenzia come il **100%** della popolazione aziendale sia coperto da accordi di contrattazione collettiva: Oropan applica il **CCNL Panificatori Industria** (Federpanificatori) per tutti gli impiegati e gli operai, mentre per i 3 **Dirigenti** è prevista l'applicazione del **CCNL Dirigenti Industria**.

Nel 2022, in linea con l'anno precedente, la maggior concentrazione dei dipendenti si conferma nella fascia d'età **tra i 30 e i 50 anni**, che rappresenta circa il **54%** della popolazione aziendale.

SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER CATEGORIA, FASCIA D'ETÀ E GENERE

GRI 2-7	2020			2021			2022		
	UOMO	DONNA	TOT	UOMO	DONNA	TOT	UOMO	DONNA	TOT
Totale dei dipendenti	151	7	158	148	6	154	150	6	156
Dirigenti	1	-	1	2	-	2	3	-	3
<i>Sotto i 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-	0	-	0
<i>Compreso/uguale 30-50</i>	1	-	1	1	-	1	1	-	1
<i>Oltre i 50 anni</i>	-	-	-	1	-	1	2	-	2
Impiegati	14	7	21	14	6	20	13	6	19
<i>Sotto i 30 anni</i>	1	-	1	-	1	1	-	1	1
<i>Compreso/uguale 30-50</i>	11	7	18	13	5	18	11	4	15
<i>Oltre i 50 anni</i>	2	-	2	1	-	1	2	1	3
Operai	136	-	136	132	-	132	134	-	134
<i>Sotto i 30 anni</i>	35	-	35	33	-	33	31	-	31
<i>Compreso/uguale 30-50</i>	77	-	77	70	-	70	69	-	69
<i>Oltre i 50 anni</i>	24	-	24	29	-	29	34	-	34

PERSONALE OCCUPATO PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

GRI 401-1	2020	2021	2022
Totale	158	154	156
<i>Uomo</i>	151	148	150
< 30 anni	36	34	32
<i>Uomo</i>	36	33	31
30-50 anni	96	89	85
<i>Uomo</i>	89	84	81
> 50 anni	26	31	39
<i>Uomo</i>	26	31	38

GRI 401-1	2020	2021	2022
Totale	158	154	156
<i>Donna</i>	7	6	6
< 30 anni	36	34	32
<i>Donna</i>	-	1	1
30-50 anni	96	89	85
<i>Donna</i>	7	5	4
> 50 anni	26	31	39
<i>Donna</i>	-	-	1

LA SELEZIONE E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Oropan è fermamente convinta che i dipendenti siano il cuore pulsante del proprio operato, pertanto, si impegna a valorizzarne i talenti e il contributo quotidiano, prestando attenzione alle loro esigenze personali e favorendo il corretto equilibrio tra vita professionale e privata.

L'assegnazione di **obiettivi chiari e stimolanti** consente il raggiungimento di risultati eccellenti che vengono riconosciuti e premiati.

Al fine di valorizzare al meglio le risorse umane coinvolte nella propria organizzazione, Oropan, da marzo 2021, ha adottato una specifica procedura aziendale che individua tutte le fasi operative della gestione dei propri collaboratori: selezione, assunzione, remunerazione, formazione e incentivazione del personale. Oropan garantisce un **processo di selezione strutturato ed equo** per tutti i candidati, durante il quale l'Azienda profonde

il massimo impegno nel ricercare collaboratori che condividano i valori aziendali.

Sin dai programmi di **stage**, si impegna ad offrire un solido **percorso di formazione**. Non si limita a fornire **corsi**, ma offre costantemente opportunità di **apprendimento sul campo** e di **coaching**, in modo che il personale possa essere formato e mettere in pratica anche le proprie competenze. L'Azienda si contraddistingue, inoltre, per la volontà di **individuare e coinvolgere i giovani del territorio**, incentivando la crescita personale e professionale sotto il profilo culturale,

economico e sociale.

Nel corso del 2022, Oropan ha **assunto 51 Persone**, mentre le **uscite** sono state **49**, sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente. L'alto **turnover** dei dipendenti risente delle peculiari dinamiche legate alla **tipologia del settore produttivo** a cui appartiene la Oropan, che prevede una distribuzione del prodotto su base giornaliera e senza soluzione di continuità nel corso dell'intero anno. Pertanto, si rende necessario procedere ad assunzioni a tempo determinato per coprire le temporanee assenze dei dipendenti nei periodi festivi e feriali.

NUOVO PERSONALE ASSUNTO NELL'ANNO PER ETÀ E GENERE

GRI 401-1	2020	2021	2022
Totale nuovi assunti	25	36	51
<i>Uomo</i>	23	35	46
<i>Donna</i>	2	1	5
Sotto i 30 anni	14	20	31
<i>Uomo</i>	13	19	27
<i>Donna</i>	1	1	4
Compreso/uguale 30-50	11	14	14
<i>Uomo</i>	10	14	13
<i>Donna</i>	1	-	1
Oltre i 50 anni	-	2	6
<i>Uomo</i>	-	2	6
<i>Donna</i>	-	-	-

PERSONALE CHE HA INTERROTTO O TERMINATO IL RAPPORTO DI LAVORO PER ETÀ E GENERE

GRI 401-1	2020	2021	2022
Totale dipendenti usciti	24	40	49
<i>Uomo</i>	22	39	44
<i>Donna</i>	2	1	5
Sotto i 30 anni	12	20	28
<i>Uomo</i>	11	20	25
<i>Donna</i>	1	-	3
Compreso/uguale 30-50	9	18	15
<i>Uomo</i>	8	17	13
<i>Donna</i>	1	1	2
Oltre i 50 anni	3	2	6
<i>Uomo</i>	3	2	6
<i>Donna</i>	-	-	-

TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO, PER GENERE E ETÀ

GRI 401-1	2020	2021	2022
Tasso turnover complessivo¹	31%	49%	64%
Tasso di turnover in entrata²	16%	23%	33%
Uomo	15%	23%	31%
Donna	1%	1%	3%
Sotto i 30 anni	9%	13%	21%
Uomo	8%	12%	18%
Donna	1%	1%	3%
Compreso/uguale 30-50	7%	9%	9%
Uomo	6%	9%	9%
Donna	1%	-	1%
Oltre i 50 anni	-	1%	4%
Uomo	-	1%	4%
Donna	-	-	-
Tasso di turnover in uscita³	15%	26%	31%
Uomo	14%	25%	28%
Donna	1%	1%	3%
Sotto i 30 anni	8%	13%	18%
Uomo	7%	13%	16%
Donna	1%	-	2%
Compreso/uguale 30-50	6%	12%	10%
Uomo	5%	11%	8%
Donna	1%	1%	1%
Oltre i 50 anni	2%	1%	4%
Uomo	2%	1%	4%
Donna	-	-	0%

Infine, è utile ricordare, che il turnover è in piccola parte influenzato, (10-15%), dall'organizzazione di eventi che richiedono brevi collaborazioni, (anche di pochi giorni), nell'ambito dell'assistenza alla vendita e/o della comunicazione.

LA PRESENZA FEMMINILE

La presenza femminile in Azienda è ancora relativamente bassa rispetto a quella maschile. Ciò dipende da vari fattori: predominanza di mansioni operaie che richiedono uno sforzo fisico significativo, presenza di tre turni nell'arco dell'intera giornata e, ancora di più, dalle influenze socioculturali del territorio in cui l'Azienda opera.

Conseguentemente, tali caratteristiche specifiche non stimolano l'interesse da parte delle donne nei confronti dell'Azienda, come dimostrato dal basso numero di loro candidature ricevute dal team HR nell'ambito di ricerca di personale nell'area produttiva.

¹Il tasso di turnover complessivo è calcolato come il rapporto tra la somma degli ingressi e delle uscite al 31/12 di ogni anno, rispetto al totale dell'organico nel periodo di riferimento.

²Il tasso di turnover in entrata è calcolato come il rapporto tra gli ingressi al 31/12 di ogni anno e il totale dell'organico nel periodo di riferimento.

³Il tasso di turnover in uscita è calcolato come il rapporto tra le uscite al 31/12 di ogni anno e il totale dell'organico nel periodo di riferimento.





D'altra parte, Oropan è ben consapevole dell'importanza dell'attuazione del progetto di evoluzione intrapreso per il pieno rispetto dei principi e requisiti sulla parità di genere e, da sempre, ritiene che la diversa composizione tra uomini e donne rappresenti una seria opportunità di miglioramento futuro della propria organizzazione.

In tal senso, si attendono effetti positivi dalla finalizzazione delle attività inserite nel piano industriale aziendale con i previsti investimenti e miglioramenti gestionali. Le seguenti attività realizzeranno i presupposti per il futuro inserimento di figure femminili:

- **Investimenti in risorse tecniche** come, macchinari ed impianti, volti ad agevolare le attività lavorative e ridurre l'impegno fisico richiesto;
- **Inserimento di nuove figure** di staff nelle aree commerciale, R&S e compliance;
- **Adozione volontaria di politiche, principi e requisiti** richiamati dalle norme e dai sistemi di gestione SA8000:2014 e PDRI25:2022.

Che la parità di genere sia un tema cruciale per la realtà di Oropan, è testimoniato dalla presenza di figure femminili in ruoli apicali, lo si evince dal fatto stesso che il ruolo di AD sia ricoperto da una donna.

ISTRUZIONE ED ETÀ MEDIA

La composizione del livello di istruzione rispecchia le particolari caratteristiche del business di Oropan e la necessaria struttura della forza lavoro aziendale espressa dalla preponderante presenza della categoria degli operai addetti alle attività di panificazione che garantiscono la qualità dei prodotti che quotidianamente giungono sulla tavola dei consumatori.

L'età media dei dipendenti è di 40 anni, sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente, a testimonianza della volontà dell'azienda di continuare ad inserire nell'organico aziendale figure giovani da valorizzare.

Questo impegno trova, altresì, riscontro con l'assunzione di 31 dipendenti al di sotto dei 30 anni, su un totale di 51 nuovi ingressi, rappresentando quindi più della metà del totale del personale assunto (61%).

Relativamente all'anzianità media di servizio (8 anni nel 2022) si conferma un sostanziale trend di consolidamento e fidelizzazione delle persone.

DIPENDENTI SUDDIVISI PER LIVELLO DI ISTRUZIONE

GRI 405-1	2020	2021	2022
Totale dei dipendenti	158	154	156
Laureati	12	12	12
Diplomati	53	52	53
Altro (inferiore al diploma)	93	90	91

DIPENDENTI SUDDIVISI PER ANZIANITÀ

GRI 405-1	2020	2021	2022
Età media occupati	39	40	40
Anzianità media di servizio	8	9	8

DIPENDENTI CATEGORIE PROTETTE

GRI 405-1	2020	2021	2022
Uomo	3	3	3
Donna	-	-	-

ONBOARDING E VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE DEI NEOASSUNTI

La Direzione del personale e il corrispondente responsabile di funzione sono coinvolti direttamente sin dalle prime fasi di selezione e gestione delle risorse umane.

Il neoassunto è introdotto in un collaudato processo di valutazione d'insieme delle "hard e soft skills" che è avviato dal primo giorno di inserimento della risorsa all'interno dell'organico aziendale.

La valutazione riguarda le performance lavorative e comporta la costante e continua verifica da parte del corrispondente Responsabile di funzione, il quale, alla fine del periodo di monitoraggio, riferisce alla Direzione per confermare l'allineamento dei valori dichiarati e di quelli agiti.

Per completare l'analisi della risorsa, la Direzione del personale verifica, inoltre, la presenza delle principali soft skill attese, in riferimento al livello di esperienza, responsabilità, mansione e di professionalità del singolo, e, se lo ritiene opportuno, può richiedere la consultazione di uno psicologo del lavoro.

Una volta confermato il superamento del periodo di prova, al personale neoassunto è applicato il processo di valutazione continua, già adottato per tutto il personale aziendale.

Qualora fosse necessario potenziare alcune conoscenze e competenze relativamente alle hard e soft skills, il personale neoassunto viene inserito in piani di formazione specifici, ritenuti importanti e performanti per il processo di innovazione intrapreso.

IL WELFARE AZIENDALE E IL WORK-LIFE BALANCE

Oropan è da sempre molto attenta a promuovere pratiche e policy che assicurino il rispetto dei diritti di tutti i lavoratori, monitorando la salute, l'integrità psico-fisica dei dipendenti e garantendo la parità di genere e la pari opportunità.

Il piano strategico di sostenibilità 2023-2025 di Oropan prevede, tra i suoi obiettivi, la realizzazione di iniziative volte alla conciliazione tra vita privata e professionale.

In tale contesto, Oropan, grazie al rating assegnatole dalla banca Intesa San Paolo ed al conseguente merito creditizio, ha sottoscritto nel giugno 2019 un accordo che ha permesso ai suoi dipendenti di accedere al programma nazionale Welfare Hub.

IL CLIMA AZIENDALE E IL BENESSERE NEI LUOGHI DI LAVORO

L'azienda monitora i seguenti fattori, qualificandoli come i principali indicatori di un clima disteso, positivo e stimolante: il sentiment, la relazione con la leadership, l'allineamento tra valori dichiarati e valori agiti, il senso di coesione all'interno del gruppo di lavoro, la chiarezza nella divisione di ruoli e responsabilità, la conoscenza e la condivisione di obiettivi progettuali e, non ultimo, la condivisione della mission e della vision aziendali.

Per la valutazione del clima aziendale, Oropan prevede la somministrazione di questionari ai dipendenti, tesi a verificare l'attuazione dei principi e requisiti richiesti dalla norma SA8000:2014, implementata nel corso del 2023.

Il Piano Strategico di Sostenibilità della Oropan prevede tra i suoi obiettivi il periodico coinvolgimento e la condivisione con il proprio personale dei risultati economici, finanziari e gestionali, incluse le informative sulle azioni realizzate per il raggiungimento degli obiettivi del Piano Strategico stesso.





Il programma prevede, tra l'altro:

- Condizioni agevolate su prodotti di **Intesa Sanpaolo**;
- Agevolazioni per accesso a **finanziamenti a costi competitivi**, con modalità e tempi snelli e veloci;
- Condizioni vantaggiose sull'**acquisto di prodotti e servizi** proposti dalla società Corporate Benefits incluse nel programma welfare hub.

Inoltre, in occasione delle festività natalizie del 2022, Oropan ha scelto di **distribuire** ai propri dipendenti un fringe-benefit consistente in un **voucher per l'acquisto gratuito di carburante**,

quale supporto nella lotta quotidiana all'inflazione.

In questo modo, l'azienda ha voluto dimostrare il proprio **riconoscimento del fattivo contributo garantito dai dipendenti** in un periodo che, seppur complesso per fattori esogeni eccezionali, vede l'Azienda chiudere l'anno con risultati soddisfacenti.

Infine, Oropan, in relazione al proprio core business, garantisce ai propri dipendenti **ulteriori benefit** che riguardano, in particolare, la possibilità di ricevere uno **sconto sull'acquisto di prodotti da forno** presso punti vendita partner e di **ritirare gratuitamente**, su base **giornaliera**, un quantitativo di **prodotto Oropan** atto a soddisfare il fabbisogno familiare.

BENEFIT ATTIVATI PER I DIPENDENTI

GRI 401-2

Tipologia di benefit	Breve descrizione	Numero totale di beneficiari
Assicurazione sanitaria	Quanto previsto dal CCNL	
Veicolo aziendale	Auto ad uso promiscuo	1
Bonus straordinario	Importo riconosciuto per l'acquisto di carburanti	Tutti i dipendenti ⁴

⁴Si segnala che non sono applicate differenti politiche di benefit in relazione alla durata del contratto.

SOCIETÀ

Training e formazione

AMBITI DI FORMAZIONE:



**COMPETENZE
TECNICHE**



SOFT SKILLS



**FORMAZIONE
MANAGERIALE**



NORMATIVE



SICUREZZA



SOSTENIBILITÀ



**GMP - BUONE
PRATICHE**



L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE E LA CREAZIONE DI VALORE AGGIUNTO

Oropan ha da sempre attuato politiche ed investimenti per il miglioramento della formazione del proprio capitale umano, con lo scopo di aumentare il suo vantaggio competitivo, e al tempo stesso cogliendo e anticipando le esigenze che il mercato richiede.

La formazione del personale è un elemento fondamentale per ottenere i risultati programmati non solo per quanto concerne la produttività, ma anche in termini di welfare e soddisfazione del personale, andando a migliorare il grado di efficienza ed efficacia di ogni processo.

Lo sviluppo di programmi di formazione continua dei collaboratori consente di promuovere un'innovazione sana, vantaggiosa ed efficace, capace di intercettare i fabbisogni reali del settore merceologico di riferimento e quelli personali dei dipendenti.

Oropan crede sia fondamentale coinvolgere il più possibile i **Responsabili di Funzione** che gestiscono, de facto, le risorse umane, in modo da valutare l'efficacia del processo formativo e delle eventuali iniziative specifiche da proporre alla **Direzione del personale**, anche sulla base delle esigenze formative del personale.

GESTIONE E PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE

La gestione del processo formativo è affidata alla Direzione del personale che garantisce lo svolgimento e il continuo monitoraggio delle relative attività.

I piani formativi per lo sviluppo delle competenze tecniche (hard skills) e soft skills, vengono definiti in modo da favorire un'interazione solida intra ed extra-team.

Per Oropan è importante avere una continua commistione di idee e competenze, per questo sono stati adibiti dei **team inter-funzionali** (marketing, R&S, uffici tecnici, qualità, ecc.) per la realizzazione di alcuni **progetti** specifici, come i quelli legati alle **tematiche ESG**.

Le metodologie utilizzate per l'erogazione della formazione consistono nel **training sul luogo di lavoro** e in **corsi formativi** presenziati da **specialisti** che supportano l'Azienda nell'attuazione dei piani di crescita delle risorse aziendali.

Al fine di massimizzare il coinvolgimento del personale a tutti i livelli, Oropan ha scelto di mantenere

e strutturare il processo di sviluppo di **piani formativi** ad oggetto **soft skills**: le principali attività previste riguardano il **mantenimento della concentrazione e dell'attenzione**, l'**allenamento dell'intelligenza emotiva** e, infine, la **valorizzazione delle qualità personali e relazionali** di ciascun collaboratore durante lo svolgimento delle proprie attività e nella corretta gestione del team e dei team work, assicurando una relazione positiva tra gli obiettivi aziendali prefissati e le competenze tecniche e non del personale. Per Oropan è importante che le soft skills siano sempre più integrate ad ogni livello dell'organizzazione e che vengano adattate al ruolo corrente o futuro della risorsa, nell'ambito di percorsi di crescita definiti e strutturati.

ORE DI FORMAZIONE ANNUA PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

GRI 404-1	2020	2021	2022
Dirigenti	180	350	20
Uomo	180	350	20
Donna	-	-	-
Impiegati	4.590	3.516	131
Uomo	3.020	2.376	95
Donna	1.570	1.140	36
Operai	5.480	7.656	4.674
Uomo	5.480	7.656	4.674
Donna	-	-	-
Totale	10.250	11.522	4.825



4.825 ORE

di formazione totali
(2022)



2.570 ORE

di formazione tecnica
(2022)



Inoltre, durante il processo di valutazione e sviluppo delle risorse umane, Oropan riconosce l'importanza delle "deep skills", ossia delle competenze trasversali che ormai sono diventate parte integrante del modo di agire e che influenzano la rete neurale.

Questo tipo di **competenze** è particolarmente utile per **gestire situazioni incerte** e include la capacità empatica, la capacità di interagire efficacemente con gli altri, l'abilità di ascolto attivo, la solidarietà, ma anche la capacità di tollerare l'incertezza, la propensione al rischio, la flessibilità comportamentale e l'agilità mentale.

In caso di sopraggiunte esigenze aziendali, si segnala la possibilità di avviare **ulteriori attività formative** e, al fine di monitorare, o addirittura anticipare, tali evenienze, Oropan prevede la realizzazione di una **"matrice sinottica"** che **valuta ed orienta l'attività di recruitment** e permette di verificare periodicamente l'adeguatezza dell'organizzazione e delle risorse umane agli obiettivi e programmi di sviluppo aziendali.

Gli **eventuali divari** che si dovessero riscontrare sono gestiti per il tramite di **piani formativi e di rientro sia individuali che di team**, oltre che a piani di **sviluppo** della composizione quali-quantitativa della stessa organizzazione.

L'**impegno** profuso dall'Azienda nei confronti della formazione si sostanzia anche attraverso la **partecipazione**

attiva a iniziative di **ricerca universitaria, come meglio dettagliato a pagina 137** del presente documento. Nel corso del 2022, Oropan ha erogato un totale di **4.825 ore di formazione**: i programmi formativi si sono

concentrati su diverse **tematiche**, tra cui **competenze tecniche, soft skills, formazione manageriale, normative, sicurezza** e altri aspetti come la **gestione dei rifiuti, la gestione ambientale e le buone pratiche (GMP)**.

ORE DI FORMAZIONE ANNUA RIPARTITE PER TIPOLOGIA

GRI 404-2	ORE FORMAZIONE 2022
Tecnica	2.570
Soft skill / formazione manageriale	640
Normativa	551
Sicurezza	406
Gestione rifiuti	8
Gestione ambientale	10
Buone pratiche igieniche (GMP)	640
Totale	4.825

ORE DI FORMAZIONE ANNUA RIPARTITE PER TIPOLOGIA: FOCUS FORMAZIONE TECNICA

GRI 404-2	ORE FORMAZIONE 2022
Certificazioni BRC e IFS	640
HACCP e sicurezza alimentare	640
Pest control	640
Cross contaminazioni e allergeni	640
Metrologia	10

SOCIETÀ

Diversità e pari opportunità



SA8000:2014

certificazione etica di
Responsabilità Sociale
d'Impresa (2023)

UNI PDR 125

certificazione della
parità di genere e pari
opportunità (*in itinere*)



LA POLITICA DI ANTI-DISCRIMINAZIONE E LA PROMOZIONE DELLA DIVERSITÀ E DELLE PARI OPPORTUNITÀ

Oropan sposa il principio del rispetto delle diversità e delle pari opportunità in tutte le fasi dell'esperienza lavorativa, dalla selezione all'uscita dall'azienda, tenendo conto degli aspetti relativi alla promozione della parità di genere e delle pari opportunità e alla lotta contro la discriminazione (come specificato nelle Convenzioni dell'OIL: C159, C183 e nelle Convenzioni delle Nazioni Unite contro la Discriminazione).

Oropan, ripudia fermamente la discriminazione nell'ambito dell'assunzione, retribuzione, accesso alla formazione, promozione, licenziamento o pensionamento, basati su razza, classe sociale, origine nazionale, luogo di nascita, religione, disabilità, genere, orientamento sessuale, responsabilità familiari, stato civile, appartenenza sindacale, opinioni politiche, età o qualsiasi altra condizione che potrebbe comportare discriminazione.

La Direzione si impegna attivamente nel monitoraggio del clima aziendale, e, al fine di contrastare qualsiasi forma di discriminazione ha previsto:



- **Momenti formativi** sulle politiche adottate e sui sistemi di gestione corrispondenti;



- Specifiche **forme di comunicazione** delle eventuali segnalazioni, anche in forma anonima;



- **Provvedimenti** volti a reprimere comportamenti discriminatori, sia all'interno degli uffici che delle unità produttive;



- **Audit interni** e di terza parte per la verifica dell'attuazione dei sistemi di gestione.

LE CERTIFICAZIONI

Il 22 febbraio 2023, a conclusione del progetto iniziato nel 2022, Oropan ha ottenuto la certificazione etica SA8000:2014 che verifica l'implementazione di un adeguato sistema per la gestione della responsabilità sociale nell'ambito dei diritti dei lavoratori e del loro benessere nel luogo di lavoro, in conformità con le migliori

linee guida internazionali e con lo standard stabilito dal Social Accountability International (SAI).

Sempre nel corso del 2022, Oropan ha avviato un percorso volto all'ottenimento della **certificazione della parità di genere e pari opportunità** (UNI PDR 125).

Questa iniziativa si inserisce nel novero di attività pianificate dall'Azienda atte a presidiare le tematiche di natura sociale e a migliorare le performance ad esse relative.



SOCIETÀ

Salute e sicurezza

I processi utilizzati per l'individuazione dei pericoli includono l'identificazione delle leggi e delle norme applicabili alle strutture, alle macchine, alle attrezzature e alle attività di Oropan, nonché l'analisi degli incidenti e delle segnalazioni di situazioni a rischio (near miss) e delle relative cause.



IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SICUREZZA E IL TASSO DI INFORTUNI

Dal 2020, Oropan, riconoscendo l'importanza di monitorare e gestire in maniera scrupolosa le pratiche comportamentali, ha intrapreso un percorso con l'obiettivo di riformare e innovare integralmente il servizio di prevenzione e protezione dai rischi (SPP) e di rinnovare il sistema di gestione della sicurezza dei lavoratori per adeguarlo alla certificazione ISO 45001 prevista entro l'esercizio 2023.⁵

La tabella in pagina seguente evidenzia, nel triennio 2020-2022, un tasso di infortuni sul lavoro di grave entità sempre pari a zero.

Nonostante, nell'ultimo anno si registri la **crescita** del parametro dato dalla numerosità degli **incidenti di lieve entità**, è importante segnalare che il parametro costituito dalle **giornate di effettiva assenza per infortunio** si è **ridotto da 138 a 54** giornate tra il 2021 e il 2022 con un decremento del **61%**, a dimostrazione dell'impegno e delle risorse che Oropan dedica alla tutela della salute e della sicurezza sul lavoro.

⁵L'ISO 45001 "Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro" è una norma internazionale che specifica i requisiti per l'implementazione di un Sistema di Gestione per la Salute e la Sicurezza sui luoghi di lavoro, permettendo ad ogni organizzazione di migliorare proattivamente le sue prestazioni in termini di prevenzione degli infortuni.

NUMERO DI INFORTUNI CHE HANNO COINVOLTO LAVORATORI DIPENDENTI E NON

GRI 403-9	2020	2021	2022
Numero totale di infortuni registrabili	3	2	4
- di cui occorsi ai dipendenti	3	2	4
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-
Numero di infortuni con gravi conseguenze	-	-	-
- di cui occorsi ai dipendenti	-	-	-
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-
Numero totale di decessi sul lavoro	-	-	-
- di cui occorsi ai dipendenti	-	-	-
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-

TASSO DI INFORTUNI SUL LAVORO

GRI 403-9	2020	2021	2022
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	10,06%	7,04%	14,04%
- di cui occorsi ai dipendenti	10,06%	7,04%	14,04%
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-
- di cui occorsi ai dipendenti	-	-	-
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-
Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	-	-	-
- di cui occorsi ai dipendenti	-	-	-
- di cui occorsi ai lavoratori non dipendenti	-	-	-

Il CCNL adottato dall'Azienda ha previsto un **fondo di assistenza sanitaria - FONSAIP** - al quale i dipendenti possono far riferimento per la copertura di prestazioni sanitarie e che offre una copertura anche per i **familiari a carico** del dipendente.

ORE LAVORATE (ORE ORDINARIE + ORE STRAORDINARIE + ORE IN BANCA ORE)

GRI 403-9	2020	2021	2022
Numero totale di ore lavorate	282.930	284.071	284.950
- dipendenti	282.930	284.071	284.950
- lavoratori non dipendenti	-	-	-



0 INFORTUNI
di grave entità (2022)



-61% GIORNI
di assenza per infortunio
(rispetto al 2021)

SOCIETÀ

La catena di fornitura

Oropan tiene da sempre in grande considerazione le materie prime coinvolte nel proprio processo produttivo, trattandole con rispetto e passione e ponendole come pilastro principale per il raggiungimento dell'eccellenza nella sua offerta di prodotti al mercato.

Il coinvolgimento e la collaborazione stretta con i fornitori sono pratiche quotidiane dell'Azienda, la quale ritiene di fondamentale importanza l'organizzazione di controlli periodici sui prodotti, nonché di monitoraggio sull'intera filiera.



LA PROMOZIONE DI UNA FILIERA DI QUALITÀ

Per Oropan è essenziale investire e promuovere attività di ricerca e selezione per individuare e proporre materie prime di altissima qualità, adottando linee guida dettagliate che garantiscano il rispetto di standard tecnici e assicurino prodotti alimentari caratterizzati da elevati parametri di salubrità, qualità e igiene.

Partendo da queste considerazioni, Oropan è stata in grado di sviluppare e strutturare un'efficiente e responsabile catena di fornitura, incentrata sui valori aziendali che seguono principi di responsabilità sociale e integrità.

I fornitori dell'Azienda, infatti, devono necessariamente prendere visione e rispettare i principi indicati nel documento delle "Condizioni Generali d'Acquisto" e sottoscrivere per accettazione del Codice Etico e MOGC 231 di Oropan.

In particolare, negli ultimi anni Oropan ha deciso di approfondire la valutazione dei propri fornitori verificando l'aderenza a specifici standard qualitativi, socioeconomici e legislativi conformi alle certificazioni ottenute.

La gestione responsabile della catena di approvvigionamento di Oropan va oltre la semplice selezione dei fornitori, implementando attività di monitoraggio e supporto durante lo svolgimento delle operazioni e per tutta la durata del rapporto di fornitura.

L'Azienda ha previsto nella sua organizzazione l'Ufficio Assicurazione Qualità, HACCP e Compliance, preposto alla verifica dell'adeguatezza dei fornitori di materie prime sotto molteplici aspetti e, in particolare, per verificare il rispetto dei parametri qualitativi richiamati dagli standard internazionali GFSI.

La categorizzazione dei fornitori è definita sulla base della probabilità che un evento si verifichi, della gravità rispetto al prodotto/servizio fornito e della continuità del processo produttivo.

In base alla **valutazione del rischio** l'Azienda pone in essere delle misure di mitigazione e, a tal proposito, l'accurata selezione e la severità del sistema di qualifica del fornitore ha prodotto nel tempo una **riduzione dei fornitori ad alto rischio** in favore dei fornitori a basso e medio rischio.

Oropan **privilegia** i rapporti di **fornitura con aziende del territorio per incentivare lo sviluppo della comunità locale** e **valorizzare** le caratteristiche della **materia prima** presente nell'area geografica di appartenenza. Infatti, per la produzione del **pane di Altamura DOP** viene utilizzata la **semola proveniente per il 100% da fornitori locali**.

Attualmente, l'azienda collabora con circa **400 fornitori** direttamente coinvolti lungo tutta la catena di creazione del valore, tutti situati in Italia e **prevalentemente** fornitori di prodotti

agroalimentari localizzati in **Puglia**.⁶

Ad oggi, non è ancora stata integrata in Azienda una politica per la valutazione delle performance ambientali dei fornitori; tuttavia, dal 2022 è presente un processo per analizzare gli aspetti relativi alla gestione etica delle loro attività e alla sicurezza alimentare, verificando il rispetto delle linee guida indicate dalla **norma SA8000:2014**.

I fornitori analizzati secondo criteri sociali sono il 75% del totale, a dimostrazione dell'impegno di Oropan verso una migliore conoscenza e valutazione dei soggetti operanti nella propria catena di fornitura.

Tra gli obiettivi del Piano Strategico di Sostenibilità è presente il continuo perfezionamento del monitoraggio dell'adeguatezza dei fornitori nel loro processo di selezione e valutazione, secondo criteri che includano aspetti di **"Sustainable Procurement"** e di **tracciabilità**.⁷

⁶*Sono stati considerati tutti i fornitori inclusi nelle voci del Conto economico esercizio 2022:*

- 6) *Costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci*
- 7) *Costi per servizi, (escludendo spese vitto, alloggio, rappresentanza, viaggi, carburante)*
- 8) *Costi per godimento di beni di terzi*

⁷*In fase di redazione del presente documento Oropan ha ottenuto la certificazione ISCC PLUS che permette di dimostrare, attraverso un sistema di gestione, la tracciabilità e la sostenibilità delle materie prime, dei prodotti intermedi e dei prodotti finali delle filiere di: produzione di prodotti alimentari, per la mangimistica, tecnico/chimici, bio-based, filiere di produzione di biomasse per applicazioni energetiche.*



SOCIETÀ

I consumatori finali e i clienti



3 INIZIATIVE

per promuovere la correttezza e la trasparenza delle informazioni (2022)



0 EPISODI

di non conformità in materia di informazione sui servizi offerti (2022)



I CONSUMATORI

Tutta l'organizzazione Oropan mette al centro del suo modus operandi la soddisfazione dei Consumatori finali dei propri prodotti. Elemento distintivo del nostro operare è la qualità e freschezza dei prodotti, innovazione continua di prodotto, la continua attività di ricerca e sviluppo.

Il consumatore moderno è sempre più consapevole delle proprie scelte di acquisto, ponendo il suo benessere al centro delle proprie preferenze.

Oropan, attraverso la sua attività di ricerca e sviluppo, si è posta l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per i prodotti che soddisfano le richieste di un consumatore attento alla salute, soddisfacendo non solo i gusti dei consumatori, ma offrendo anche una scelta consapevole per coloro che desiderano prendersi cura del proprio benessere.

Oropan assicura i massimi livelli di **tracciabilità, sicurezza e qualità del prodotto**, portando avanti una comunicazione responsabile e trasparente nei confronti dei consumatori.

Il più volte richiamato piano industriale prevede **molteplici investimenti per garantire immediate risposte alle mutevoli esigenze dei consumatori** che si manifesteranno nel tempo relativamente all'offerta di prodotto e ad un servizio di qualità.

Di seguito sono elencate e descritte le principali iniziative e attività progettate nel corso dell'esercizio oggetto della rendicontazione:

- Integrazione di **QR Code** sui nuovi **imballaggi** per fornire **informazioni** riguardanti i **processi produttivi**, la **filiera** e **suggerimenti** per l'utilizzo dei prodotti, inclusi consigli sul loro **riutilizzo**;
- Aggiunta di una sezione **FAQ** sul sito aziendale:
www.oropaninternational.com;
- **Piano di comunicazione** focalizzato non solo sull'aumento della consapevolezza dei **valori** del brand, ma anche sugli **aspetti nutrizionali** legati al consumo dei prodotti Oropan.

La politica aziendale in merito alla correttezza e alla trasparenza delle informazioni si basa sul principio della fiducia e della trasparenza nei confronti di clienti e dei consumatori finali. Gli strumenti tramite cui l'Azienda persegue tali obiettivi sono:

- **La comunicazione on pack**, attraverso la diffusione dei dati nutrizionali, le modalità di conservazione, l'etichettatura ambientale, le caratteristiche delle materie prime impiegate. Informazioni chiare che garantiscano la veridicità dei claim diffusi;
- **Sito web e social media**, per le comunicazioni sul sistema impresa che sull'offerta dei prodotti. Evidenziazione delle Certificazioni di sistema e di prodotto possedute. Elementi informativi legati alla sostenibilità del business;
- **Indirizzi mail presenti on pack e sul sito**, al fine di facilitare il contatto tra il consumatore / cliente e gli uffici **Marketing e Controllo Qualità** cui confluiscono le richieste informative da parte dei consumatori che risponde secondo tempistiche adeguate;
- Distribuzione dove possibile sui punti di vendita di **materiale di comunicazione descrittivo** dei prodotti offerti dall'azienda;
- Attività di comunicazione tramite **spot di prodotto** o **telepromozioni** che mettono in evidenza i plus del prodotto e delle materie prime utilizzate.

I CLIENTI

I clienti costituiti dalla Grande Distribuzione Organizzata sono considerati dei veri e propri partner nel perseguimento del successo commerciale e, per tale ragione, l'Azienda pone in essere tutta una serie di iniziative, volte ad assicurare un elevato livello di servizio, dalla ricezione dell'ordine sino al servizio post-vendita. Ogni singola area strategica di business viene presidiata con personale, attento alle specifiche esigenze dei clienti, e della categoria merceologica di riferimento, al fine di generare un valore aggiunto.

A tale proposito, nel corso degli anni, Oropan ha implementato un sofisticato **sistema di gestione degli ordini** che permette di monitorare con attenzione le vendite e le performance dei vari prodotti all'interno dei punti vendita serviti.

La gestione degli ordini e vendite **valuta attentamente le effettive esigenze del cliente** evitando rotture di stock sui punti vendita, monitorando **l'andamento degli ordini giornalieri**, aiutando il cliente nella definizione degli ordini e, così, **assicurando** al cliente una reale e continua **assistenza**.

Nel corso del 2022 non sono stati rilevati episodi di non conformità in materia di informazione dei servizi offerti.



SOCIETÀ

Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità

Oropan riconosce l'importanza di coinvolgere attivamente la comunità e di interagire in modo trasparente con essa al fine di implementare i principi della sostenibilità anche al di fuori dei confini aziendali.



Oropan attribuisce grande valore agli impatti, sia attuali che potenziali, generati sul territorio dalle proprie attività e ritiene fondamentale ascoltare e comprendere le esigenze dei rappresentanti della comunità per consolidare il suo rapporto con i territori in cui opera.

Nel corso degli anni, Oropan ha promosso diverse iniziative a sostegno della comunità, concentrandosi su progetti artistici, culturali e sportivi, oltre ad introdurre attività per sensibilizzare e educare la collettività sulle tematiche ESG. Tali iniziative mirano a promuovere l'inclusione sociale e ad aumentare l'interesse e la partecipazione attiva delle comunità.

ATTENZIONE AGLI SPRECHI

OROPAN PER LO SPORT

OROPAN RACCONTATA DAI SUOI COLLABORATORI

OROPAN PER IL TERRITORIO

OROPAN PER L'INTEGRAZIONE TRA SCUOLE E IMPRESE

ATTENZIONE AGLI SPRECHI

L'Azienda pone grande importanza alla **gestione accurata delle eventuali eccedenze di prodotto** al fine di contrastare lo spreco alimentare, oltre a sostenere associazioni che forniscono prodotti alimentari a persone in difficoltà.

In tal senso, quotidianamente l'Azienda **destina gratuitamente** il prodotto derivante da eccedenze di produzione **agli indigenti**, attraverso la fornitura ad enti caritatevoli, del territorio limitrofo: nell'esercizio 2022 l'azienda è riuscita a garantire circa **34.000* porzioni di pane al mese**. (* porzioni giornaliera media di 50 gr.)

OROPAN PER LO SPORT

Oropan, da sempre impegnata nel sostenere e favorire una sana ed equilibrata alimentazione e uno corretto stile di vita, ha voluto essere presente in qualità di **main sponsor** ad uno degli **eventi sportivi** più importanti a livello territoriale, svoltosi il 10 novembre 2022 ad **Altamura**; la gara di **DUATHLON DEI LEONI**.

Atleti provenienti da tutta Italia hanno partecipato alla seconda edizione della gara di duathlon tenutasi ad Altamura in nome della sana competizione e del divertimento tra le bellezze dell'entroterra pugliese.

L'Azienda ha voluto, anche tramite **degustazione dei suoi prodotti e omaggiando i partecipanti di un kit di prodotti**, sottolineare l'importanza all'interno di una sana alimentazione e della Dieta Mediterranea, del pane, quale elemento cardine della stessa.

OROPAN RACCONTATA DAI SUOI COLLABORATORI

A partire da maggio 2022, Oropan ha avviato un importante **progetto di comunicazione sui social media** denominato "**Oropan raccontata dai suoi collaboratori**".

Questo progetto mira a presentare l'Azienda attraverso le voci e le esperienze dei propri collaboratori, a presentare il proprio capitale umano evidenziando le diverse competenze e abilità a tutti gli stakeholder e a coinvolgere il personale in un progetto di comunicazione al fine di aumentare il loro valore percepito, migliorando la loro integrazione all'interno dell'Azienda.

OROPAN PER IL TERRITORIO

Lucia Forte nominata Presidente del Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione del Pane di Altamura a DOP

In data **9 maggio 2022** si è insediato il nuovo **Consiglio di Amministrazione del Consorzio del Pane per la Tutela e la Valorizzazione del Pane di Altamura a DOP**, che ha provveduto all'elezione, all'unanimità dell'Amministratore Delegato di Oropan, **Lucia Forte**, quale **Presidente del Consorzio**.

L'elezione di Lucia Forte è espressione della forte volontà dell'Azienda di mettersi sempre più a disposizione del territorio, e in particolar modo, al servizio di un programma strutturato di valorizzazione del prodotto emblema della città di Altamura: il suo Pane.

Con la ferma convinzione che fare sistema, sia la chiave di successo per un progetto di comunicazione mirato a far percepire i plus e la distintività del Pane di Altamura, emblema del territorio; puntando ad intercettare il segmento dei consumatori premium.





OROPAN PER IL LAVORO: ONOREFICENZA "STELLA AL MERITO DEL LAVORO"

Oropan da sempre crede fermamente nel **capitale Umano** e nella sua **Valorizzazione** ritenendolo uno dei fattori del successo competitivo per la nostra azienda. Tale convinzione ha trovato sua naturale declinazione, nella giornata del **1° maggio 2022**, quando l'Azienda, dopo aver proposto la candidatura di **due suoi storici collaboratori, Angela Laterza e Giuseppe Forte**, li ha visti **insigniti della "Stella al merito del Lavoro"**, onorificenza che viene conferita **dal Presidente della Repubblica** ai lavoratori dipendenti di imprese pubbliche o private, distintisi per perizia, condotta morale, laboriosità e requisiti di anzianità.

OROPAN PER L'INTEGRAZIONE TRA SCUOLE E IMPRESE

Oropan ha confermato la sua volontà di supportare la **"Settimana della Cultura d'Impresa"**, una serie di eventi sostenuti da Confindustria che si focalizzano sulla cultura d'impresa. L'edizione di quest'anno ha avuto come argomento principale **"A scuola d'impresa"**.

L'obiettivo di queste iniziative è stato sottolineare l'importanza di ricevere un'educazione di qualità così come avere una buona conoscenza della storia produttiva e imprenditoriale italiana, per permettere ai giovani di costruire un futuro migliore e prospero con il giusto spirito critico.

Alcuni dei momenti salienti dell'evento sono stati i seguenti:

- **Giornata "Azienda Aperta"**

Una giornata in cui oltre **400 studenti** delle **scuole di Altamura** hanno visitato l'azienda per scoprire il processo di produzione del pane e degli altri prodotti da forno. Considerata la grande risposta ottenuta, queste iniziative sono state ufficializzate e sono continuate nel 2023 con **quattro incontri ogni mese**.

- **Ciclo di lezioni "Percorsi d'impresa"**

Si tratta di **workshop** e momenti di confronto con i **responsabili aziendali**, durante i quali gli studenti di due scuole superiori sono stati invitati in azienda per approfondire gli aspetti di ciascuna funzione aziendale.

- **I Manager del Futuro: Il Business Sostenibile**

Una giornata in cui è stata **simulata una riunione di direzione aziendale**, attraverso la quale gli studenti hanno presentato un loro piano industriale in base al ruolo di direzione aziendale che gli era stato assegnato.

È stata un'importante occasione di confronto con il mondo del lavoro, durante la quale ogni ragazzo ha potuto presentare le sue conclusioni direttamente all'**Amministratore Delegato** di Oropan per valutarne l'approvazione.

- **Evento "I SAPERI D'IMPRESA: Persone, Luoghi, Futuro"**

Gli eventi relativi alla **Settimana della Cultura d'Impresa** hanno visto la loro conclusione con un'attività organizzato da Oropan presso il Teatro Mercadante di Altamura. L'evento ha coinvolto numerosi studenti delle scuole superiori del territorio, dimostrando l'importanza di istruire le nuove generazioni sulla cultura d'impresa. Lo scopo di questa iniziativa è stato quello di creare un **collegamento tra il mondo dell'impresa e quello dell'istruzione per agevolare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro**.

L'evento ha visto la partecipazione di altre aziende come Amaro Lucano, Confetti Mucci e Liquirizia Amarelli, evidenziando come un'impresa possa diventare un punto di riferimento culturale e professionale in cui i giovani possono sviluppare le proprie capacità e coltivare le ambizioni per raggiungere i propri obiettivi.

RICONOSCIMENTI

Tra i principali riconoscimenti ottenuti nel corso dell'esercizio 2022 si vuole evidenziare, in particolare, il **Premio Industria Felix**. Per il **terzo anno consecutivo**, Oropan è risultata nel novero delle sole **10 aziende italiane nel settore agroalimentare**, tra le 203 società di capitali con sede legale in Italia, cui è stato assegnato il Premio Industria Felix, riservato alle **"imprese più competitive ed affidabili d'Italia per performance gestionali, affidabilità finanziaria, economica e sostenibilità."**

Il premio certifica la continuità che l'Azienda è riuscita a garantire nel suo percorso di crescita, avendo saputo declinare sapientemente, all'interno di un modello di business sostenibile, **ottime performance di bilancio** (patrimoniale, economico), con un innalzamento del livello di competitività dell'azienda nel mercato globale, valorizzando il **Made in Italy** e, innovando i prodotti e i processi aziendali.

FIERA CIBUS 2022

Oropan SpA è stata protagonista, dal 3 al 6 maggio 2022 al **CIBUS International Food Exhibition**, la più importante fiera internazionale sull'agroalimentare italiano svoltasi presso il Centro Fiere di Parma. La fiera ha rappresentato la prima vera occasione per riprendere a fare **network**, dopo il periodo caratterizzato dall'emergenza pandemica, periodo che, nonostante le numerose difficoltà, non ha fermato lo sviluppo commerciale e il lavoro di ricerca di nuovi prodotti dell'azienda. Tale importante evento ha permesso di **rinsaldare i rapporti con i numerosi clienti italiani ed esteri**, dialogare con la stampa trade e **presentare il portafoglio dei prodotti Oropan** rivisitato alla luce delle nuove esigenze del mercato e dei comportamenti d'acquisto dei consumatori.

Lo stand Forte, rinnovato nella struttura e nella grafica, in continuità con l'impegno dell'azienda verso il tema della sostenibilità, ha dato ampio spazio alle **novità di prodotto** dell'azienda, della linea del pane fresco e surgelato. Ma soprattutto ha fatto da palcoscenico di presentazione all'importante lavoro fatto in termini di extension line sulla linea delle **Focacce di Altamura**. Una nuova e rinnovata linea realizzata con l'utilizzo di **semola rimacinata di grano duro e lievito Madre**, che ha ottenuto unanimità di consensi da parte dei Buyer della Grande distribuzione, che hanno visitato lo stand. Tra le altre novità presentate anche la **linea di panini a crosta croccante** pensata per il segmento dell'atmosfera protetta.



ANNEX: GRI CONTENT INDEX

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTA
GRI 2 - Disclosure Generale			
2-1	Dettagli dell'organizzazione	1.1 L'Azienda	
2-2	Entità incluse nel bilancio di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Nota metodologica	
2-4	Rideterminazione delle informazioni	Nota metodologica	
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	1.3 I prodotti	
2-7	Dipendenti	6.1. Le persone: il nostro asset	
2-8	Lavoratori non dipendenti	6.1. Le persone: il nostro asset	
2-9	Struttura e composizione della governance	3.1 La governance di Oropan	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.2 Gli Organi di Governance	
2-11	Presidente del più alto organo di governo	3.2 Gli Organi di Governance	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	3.2 Gli Organi di Governance	
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	3.2 Gli Organi di Governance	
2-14	Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	Nota metodologica	
2-15	Conflitti d'interesse	3.3.1 Etica ed Integrità di Business	
2-16	Comunicazione delle preoccupazioni critiche	3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTA
2-17	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	3.2 Gli Organi di Governance	
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	2.3 La strategia di sostenibilità	
2-26	Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare preoccupazioni sulla condotta aziendale	3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	
2-28	Adesione ad associazioni	6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.1 L'analisi di materialità	
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	6.2 Training e formazione	
GRI 3 - Temi Materiali			
3-1	Processo per determinare i temi materiali	2.1 L'analisi di materialità	
3-2	Lista dei temi materiali	2.1 L'analisi di materialità	
3-3	Management dei temi materiali	2.1 L'analisi di materialità	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	SDGs
PERFORMANCE ECONOMICA			
3-3	Management del tema materiale	4.1 Andamento della gestione	
GRI 201 - Performance economica (2021)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	4.5 Riclassificazione e valore aggiunto	
201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	
ETICA ED INTEGRITÀ DI BUSINESS			
3-3	Management del tema materiale	3.6 I presidi per la gestione di un business responsabile	
GRI 205 - Anticorruzione (2021)			
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2.4 Il sistema di certificazioni	
GESTIONE DEL RISCHIO IN MATERIA FISCALE			
3-3	Management del tema materiale	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	
GRI 207 - Tasse (2021)			
207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	  
RICERCA E SVILUPPO			
3-3	Management del tema materiale	1.3 I prodotti	
MATERIE PRIME			
3-3	Management del tema materiale	5.4 La gestione dei rifiuti	
GRI 301 - Materiali (2021)			
301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	5.4 La gestione dei rifiuti	 

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	SDGs
301-2	Materiali di ingresso riciclati utilizzati	5.4 La gestione dei rifiuti	 
301-3	Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	5.4 La gestione dei rifiuti	 
ENERGIA			
3-3	Management del tema materiale	5.1 Consumi energetici ed emissioni	
GRI 302 - Energia (2021)			
302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	5.1 Consumi energetici ed emissioni	   
302-2	Consumo di energia esterno all'organizzazione	5.1 Consumi energetici ed emissioni	   
302-3	Intensità energetica	5.1 Consumi energetici ed emissioni	   
ACQUA E SCARICHI IDRICI			
3-3	Management del tema materiale	5.2 La gestione della risorsa idrica	
GRI 303 - Acqua ed affluenti (2021)			
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	5.2 La gestione della risorsa idrica	 
303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	5.2 La gestione della risorsa idrica	
303-3	Prelievo idrico	5.2 La gestione della risorsa idrica	
303-4	Scarico idrico	5.2 La gestione della risorsa idrica	
303-5	Consumo idrico	5.2 La gestione della risorsa idrica	
EMISSIONI			
GRI 305 - Emissioni (2021)			
305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	5.1 Consumi energetici ed emissioni	   

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	SDGs
305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	5.1 Consumi energetici ed emissioni	
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	5.1 Consumi energetici ed emissioni	
RIFIUTI			
GRI 306 - Rifiuti (2020)			
306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	5.4. La gestione dei rifiuti	
306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	5.4. La gestione dei rifiuti	
306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	5.4. La gestione dei rifiuti	
306-5	Rifiuti conferiti in discarica	5.4. La gestione dei rifiuti	
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI			
3-3	Management del tema materiale	2.3 La strategia di sostenibilità	
GRI 308 - Valutazione ambientale dei fornitori (2021)			
308-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	2.3 La strategia di sostenibilità	
POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE			
3-3	Management del tema materiale	6.1. Le persone: il nostro asset	
GRI 401 - Occupazione (2021)			
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	6.1. Le persone: il nostro asset	
401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	6.1. Le persone: il nostro asset	
GESTIONE DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI			
3-3	Management del tema materiale	3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	

GRI	SPECIFICA	SDGs	PARAGRAFO	SDGs
GRI 402 - Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali (2021)				
402-1	Periodi minimi di preavviso in merito alle modifiche operative		3.3 I presidi per la gestione di un business responsabile	
TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO				
3-3	Management del tema materiale		6.4 Salute e sicurezza	
GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro (2021)				
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		6.4 Salute e sicurezza	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti		6.4 Salute e sicurezza	
403-3	Servizi per la salute professionale		6.4 Salute e sicurezza	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione		6.4 Salute e sicurezza	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro		6.4 Salute e sicurezza	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori		6.4 Salute e sicurezza	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business		6.4 Salute e sicurezza	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		6.4 Salute e sicurezza	
403-9	Infortuni sul lavoro		6.4 Salute e sicurezza	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE				
3-3	Management del tema materiale		6.2 Training e formazione	
GRI 404 - Formazione e istruzione (2021)				
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente		6.2 Training e formazione	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	SDGs
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	6.2 Training e formazione	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	6.2 Training e formazione	
INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE			
GRI 405 - Diversità e pari opportunità (2021)			
405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	6.1. Le persone: il nostro asset, 6.3 Diversità e pari opportunità	
405-2	Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	6.1. Le persone: il nostro asset, 6.3 Diversità e pari opportunità	
IMPATTI SULLA COMUNITÀ LOCALE			
3-3	Management del tema materiale	6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità	
GRI 413 - Comunità locali (2021)			
413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità	
413-2	Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	6.7 Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità	
TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE DEL CLIENTE			
3-3	Management del tema materiale	2.4 Il sistema di certificazioni	
GRI 416 - Salute e sicurezza dei clienti (2021)			
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	6.6 I consumatori finali e i clienti	
416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	6.6 I consumatori finali e i clienti	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	SDGs
ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO			
GRI 417 - Marketing ed etichettatura (2021)			
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	
417-3	Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	
TUTELA DELLA PRIVACY DEI CLIENTI			
3-3	Management del tema materiale	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	
GRI 418 - Privacy dei clienti (2021)			
418-1	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	4.6 Rischi finanziari e non finanziari	

**REDATTO CON IL SUPPORTO
METODOLOGICO DI**



