

ESTRATTO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2024



OROPAN Spa

SOMMARIO

Lettera agli Stakeholder	4
Mission, Vision e Filosofia	10
I valori in cui crediamo	12
Le certificazioni di sostenibilità 2024-2025	14
L'analisi di doppia materialità	18
La strategia di sostenibilità	28
I numeri della sostenibilità	32
Oropan per il territorio	42
La governance di Oropan	46

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Gentili Stakeholder,

è con profondo senso di responsabilità che vi presentiamo la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Oropan S.p.A., relativo all'anno 2024. Questo documento, oltre ad essere un atto di trasparenza e rendicontazione, è il racconto di un percorso di evoluzione culturale, manageriale e valoriale che la nostra azienda ha intrapreso con convinzione e coerenza, consapevole del ruolo sempre più centrale che la sostenibilità riveste nelle strategie di lungo periodo.

Lungo questo cammino, abbiamo rafforzato la nostra visione sistemica, integrando pienamente i criteri ESG (ambientali, sociali e di governance) nei processi decisionali e nel modello di business. La sostenibilità non è più una componente accessoria: è la bussola che orienta ogni nostra scelta. È un patto che stringiamo ogni giorno con le persone, con il territorio, con l'ambiente e con le generazioni future.

Il 2024 si è rivelato un anno di consolidamento strategico, nonostante le incertezze e le complessità del contesto economico internazionale, caratterizzato da instabilità geopolitiche, rialzi dei costi energetici e pressioni inflattive. In questo scenario, Oropan ha saputo rafforzare la propria posizione competitiva, investendo nella qualità, nell'innovazione, nella digitalizzazione e, soprattutto, nella sostenibilità come leva trasversale e distintiva.

Il presente bilancio è stato redatto secondo gli Standard GRI 2021, in conformità all'opzione "in accordance" e aggiornato secondo i principi della doppia materialità (materialità d'impatto e finanziaria). Il processo ha coinvolto i principali stakeholder — interni ed esterni — attraverso consultazioni strutturate e momenti di ascolto, funzionali all'aggiornamento dell'analisi di materialità, che ha portato a identificare 11 tematiche materiali prioritarie.

Tale approccio ci consente di misurare e comunicare non solo gli impatti economici, ambientali e sociali generati dall'azienda, ma anche i rischi e le opportunità derivanti dai cambiamenti di contesto, in linea con le aspettative del mercato, degli investitori e della normativa europea (CSRD e Taxonomy UE).

Anche per l'anno 2024, il bilancio recepisce gli obiettivi e le azioni individuate e che sono parte del nostro Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, articolato su 4 Pillar:

1. Sostenibilità interna e cultura d'impresa
2. Cura dell'ambiente
3. Valore per la filiera e il territorio
4. Innovazione e crescita economica

Nel 2024 Oropan ha confermato la propria traiettoria di crescita, facendo registrare un fatturato lordo di 47 milioni di €, con

un incremento rispetto al 2023 del +4,5%, chiudendo l'esercizio con un utile dopo le imposte di oltre 8 milioni di €, in crescita dell'8,7% rispetto al 2023.

La nostra strategia commerciale si è concentrata sulla valorizzazione dei segmenti ad alto valore aggiunto (in particolare con il brand FORTE), sulla differenziazione dei canali distributivi e sulla penetrazione nei mercati esteri, fatturato quest'ultimo che ha registrato un +15,4% rispetto al 2023.

Il 2024 ha visto l'azienda impegnata in un ambizioso programma di implementazione delle politiche ambientali, con l'ottenimento di quattro nuove certificazioni, che ci posizionano tra le aziende più avanzate del comparto bakery in termini di gestione ambientale:

- ISO 14046 (Water Footprint);
- ISO 14064-1 (Carbon Footprint – organizzazione);
- ISO 14067 (Carbon Footprint – prodotto);
- EASI® - Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato

In particolare, il lancio del primo **pane fresco al mondo certificato ISCC Plus**, realizzato con **semola rimacinata 100% pugliese** e presente nei punti vendita della GDO a partire da maggio 2024, rappresenta un primato internazionale, frutto di un

lavoro integrato tra agricoltori, molini e Oropan, per una filiera corta, tracciabile, rigenerativa.

In tale quadro di evoluzione aziendale, si colloca la presentazione del **rebranding Forte** ai responsabili della GDO organizzata in occasione della 22^a edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione – CIBUS di Parma. Un momento storico per la nostra azienda perché, dopo molti anni, abbiamo deciso di rinnovare la nostra immagine, ridefinendo i valori della marca, e presentando al mercato un'identità che celebra il nostro passato ma guarda con entusiasmo al futuro. Un chiaro posizionamento strategico, in ottica sostenibile.

La modernizzazione del nostro logo, pur nel rispetto della nostra tradizione, simboleggia il nostro impegno a evolverci senza mai perdere di vista chi siamo davvero. Questo progetto ha richiesto creatività, coraggio e tanta collaborazione, e i risultati, siamo lieti di poter condividere, sono stati accolti con entusiasmo dai nostri clienti e partner, facendo registrare delle performance in termini di risultati delle vendite a due cifre.

Sul fronte della sostenibilità energetica, nei prossimi mesi **sostituiremo gli impianti fotovoltaici esistenti con impianti di nuova generazione**, più performanti e ad alta efficienza, **con una potenza complessiva di**

710 kW. Questo intervento è finalizzato a incrementare l'autoproduzione di energia da fonte rinnovabile, ridurre il fabbisogno energetico da fonti fossili e contribuire in maniera significativa alla decarbonizzazione del processo produttivo.

A seguito della realizzazione di tale investimento è previsto nei successivi 15 anni un incremento della produzione di Kwh pari a circa **11,5 milioni** rispetto alla produzione degli impianti attuali parametrata al medesimo periodo. A parità di consumi, i nuovi impianti fotovoltaici porteranno un **incremento dell'autoproduzione di energia pari al 100% passando dall'attuale 10% al 20%.**

I nuovi impianti, su base annua, consentiranno una **minore immissione di CO₂ nell'ambiente pari a 351.000 tonnellate**, mentre su base ventinquennale è prevista una **minore immissione di CO₂ pari a circa 9 milioni di tonnellate**. Oropan ha intrapreso da diversi anni un percorso virtuoso in ambito di sostenibilità e ha pubblicamente dichiarato di **voler raggiungere la Carbon neutrality entro fine 2029** (scope 1 e scope 2).

La nostra strategia ambientale mira a **decarbonizzare i processi produttivi, ottimizzare l'uso idrico e ridurre gli sprechi alimentari**, con l'obiettivo di contribuire agli SDGs 6, 7, 12 e 13 dell'Agenda 2030.

Al centro del nostro percorso, ancora una volta abbiamo messo le persone: il cuore pulsante di Oropan. Nel 2024 abbiamo raggiunto quota **180 dipendenti**, con un incremento dell'occupazione femminile e

della componente under 35. A loro abbiamo dedicato:

- oltre 5.853 ore di formazione, con focus su soft skill, digitalizzazione, sicurezza, sostenibilità;
- un nuovo piano di welfare aziendale, che include convenzioni per l'ottenimento di migliori condizioni per assistenza sanitaria integrativa, previdenza complementare, tempo libero, cultura e sport, Education e Childcare oltre ad agevolazioni per accesso a finanziamenti e coperture assicurative a costi competitivi e con modalità snelle e veloci;
- un Comitato Parità di Genere e iniziative formative in linea con la certificazione UNI/PdR 125:2022;
- il rafforzamento del benessere organizzativo, anche attraverso una survey interna di clima e il miglioramento degli ambienti di lavoro al fine di renderli, oltre che sicuri, sempre più confortevoli e sostenibili.

Abbiamo partecipato all'indagine **Ecovadis**, ottenendo la **medaglia di bronzo**, che ci posiziona nel **12% delle aziende migliori al mondo del settore della produzione di altri prodotti alimentari** per performance ambientali, pratiche lavorative e diritti umani, acquisti sostenibili ed etica.

La governance della sostenibilità è presidiata da un **Comitato Sostenibilità e Rischi a supporto del CdA**, operativo dal 2023, e supportata da un **ESG Team interfunzionale**. Abbiamo rafforzato le policy

aziendali su:

- codice etico
- diritti umani e lavoro dignitoso,
- gestione dei rischi ESG,
- sostenibilità di filiera e acquisti responsabili.

Il legame con la comunità locale e il territorio di Altamura e della Puglia continua ad essere una leva valoriale e strategica per l'azienda. Attraverso il **Museo del Pane di Vito Forte, di proprietà Oropan**, promuoviamo un modello di **Heritage Marketing** che valorizza la tradizione e genera impatti positivi in termini di evoluzione, promozione e valorizzazione culturale e formativa.

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. 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.

Sempre come elemento di sostegno al territorio, una fondamentale importanza ha avuto l'attivazione della **Oropan Academy**, la prima accademia del pane dedicata al mondo della panificazione: un innovativo percorso di formazione gratuita della durata di un anno e che è stato finalizzato alla formazione di due tipologie di profili, quello del panificatore e quello di

addetto alla manutenzione e all'installazione degli impianti civili ed industriali.

Questa iniziativa, fortemente voluta da Oropan, ha dato infatti l'opportunità di assunzione e formazione con contratto di apprendistato di 1° livello a 15 ragazzi di età compresa tra i 18 e 25 anni. Il percorso formativo di 300 ore in aula e 500 ore on the job, e tutt'ora in corso di esecuzione, ha permesso ai ragazzi selezionati di conseguire un attestato di qualifica professionale diventando uno specialista della manutenzione alimentare o della panificazione.

Volontà dell'azienda è stata quella di dare nuova linfa ad una professione, quella del panificatore, che ha segnato e segna la storia e la cultura della città di Altamura.

La strada che abbiamo intrapreso ci impone di continuare a migliorare. Per questo, nel triennio 2025-2027 ci siamo posti come obiettivo ambizioso di:

- potenziare la **rendicontazione ESG in ottica CSRD**, con indicatori quantitativi integrati;
- definire una **Strategia Climatica aziendale** con target di riduzione emissiva SBTi;
- investire in **prodotti a basso impatto ambientale**, privilegiando ingredienti rigenerativi e packaging compostabile;
- rafforzare la **diversità e l'empowerment femminile**, anche nei ruoli apicali;
- ampliare il perimetro del nostro impatto sociale sul territorio.

Il pane, simbolo universale di nutrimento e condivisione, è per noi anche simbolo di responsabilità. È il filo che unisce passato, presente e futuro, tradizione e innovazione, impresa e comunità.

Oropan vuole essere sempre più un'**azienda rigenerativa**, capace di creare valore condiviso lungo tutta la filiera, riducendo gli impatti e moltiplicando le opportunità per le persone e il pianeta.

A voi — collaboratori, clienti, fornitori, istituzioni, consumatori, partner — va il nostro grazie più sincero. Continueremo a camminare insieme con passione, trasparenza e determinazione, certi che ogni gesto quotidiano, se guidato da valori autentici, può contribuire a costruire un futuro migliore.

Con fiducia e gratitudine,

Lucia Forte
*Amministratore Delegato
Oropan S.p.A.*



MISSION, VISION E FILOSOFIA

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”.

La Filosofia

“La centralità delle persone, siano esse nostri collaboratori, siano essi consumatori, per noi è il fondamento su cui costruire il nostro futuro. Loro sono protagonisti e fonti di ispirazione per garantire il miglior prodotto possibile. Un prodotto che nella sua semplicità deve essere evocativo di un territorio e della storia dello stesso. Un prodotto che si evolve per rispondere alle trasformazioni dei trend di consumo, ma resta identico per mantenere inalterati i sapori della tradizione. Perché, per noi, la tradizione trova il suo naturale completamento con l'innovazione sostenibile, sia essa di processo che di prodotto, esaltando così nuove idee che ci rendono unici.”

I valori in cui crediamo

Oropan ritiene che i valori sui quali si fonda l'operato di un'azienda siano i principi fondamentali che definiscono il modo in cui essa si relaziona con i propri dipendenti, clienti, fornitori, nonché con la comunità e il territorio in cui opera. 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 e integrità 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.

Sicurezza 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 sostenibile 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, ci consente di evolverlo garantendo le sue qualità organolettiche e nutrizionali, per rispondere efficacemente e con la massima soddisfazione ai nuovi bisogni dei nostri consumatori, contribuendo alla loro sana ed equilibrata alimentazione.



LE CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ 2024-2025

Ecovadis

Certificazione ottenuta nel 2024. ECOVADIS è il principale ente di valutazione della sostenibilità aziendale a livello globale. Negli ultimi 15 anni ha sottoposto a valutazione oltre 2,8 milioni di aziende, rappresentando uno strumento collaborativo di riferimento per il miglioramento delle performance lungo l'intera catena di fornitura. Attraverso una piattaforma tecnologica avanzata e il supporto di un team internazionale di esperti, le scorecard di sostenibilità di Ecovadis offrono una visione dettagliata dei rischi ambientali, sociali ed etici, coprendo più di 250 categorie merceologiche e oltre 185 Paesi.

Essere certificati da ECOVADIS significa aver dimostrato un impegno concreto verso una gestione aziendale responsabile e sostenibile. Ottenere la **Medaglia di Bronzo** rappresenta per Oropan un traguardo importante nel panorama della sostenibilità aziendale.

Nei primi mesi del 2025, infatti, ECOVADIS ha conferito a Oropan la **Medaglia Bronze**, riconoscendo il livello già avanzato del percorso intrapreso dall'azienda in ambito ambientale, sociale ed etico.

Questa valutazione conferma l'impegno di Oropan nel ridurre l'impatto ambientale, promuovere condizioni di lavoro eque e garantire trasparenza e responsabilità lungo tutta la catena di fornitura.

Il veder riconosciuta la Medaglia di Bronzo, al primo anno di valutazione è, al contempo, motivo di orgoglio e stimolo al miglioramento continuo, in quanto posiziona Oropan nel **top 35% delle aziende di ogni settore merceologico al mondo** valutate da ECOVADIS negli ultimi 12 mesi e soprattutto la colloca nel **12% delle migliori realtà del settore produzione di altri prodotti alimentari al mondo**, confermando il proprio impegno per un futuro più etico e sostenibile.

I risultati ottenuti testimoniano la volontà dell'azienda di distinguersi non solo per la qualità dei propri prodotti, ma anche per un modello d'impresa basato su valori solidi e una visione a lungo termine orientata alla sostenibilità.



EASI® (Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato)

Certificazione ottenuta nel 2024. Il primo schema di governance della sostenibilità riconosciuto dall'ente terzo Accredia (Ente Unico Nazionale di accreditamento designato dal Governo italiano). Il Modello organizzativo EASI® è un percorso innovativo che recepisce le norme internazionali e i principi fondamentali che regolano le fasi evolutive dello sviluppo sostenibile – ambientale, sociale, economico – per integrarle nelle strategie e in tutti i processi aziendali.

Oropan ha quindi redatto ed applicato un sistema di gestione della governance della sostenibilità inedito, diventando la prima azienda italiana alimentare certificata per tale norma.



ISO 14064 Carbon Footprint di stabilimento

Certificazione ottenuta nel 2024. È la norma di riferimento per il calcolo dell'impronta di carbonio che uno stabilimento produce e il relativo tasso di inquinamento, ed è necessaria per la gestione ecosostenibile dell'azienda. Grazie a questo strumento, Oropan ha una visione chiara del proprio impatto ambientale e può mettere in atto azioni concrete per ridurre le emissioni e mitigare i rischi derivanti dai cambiamenti climatici.





ISO 14046 Water footprint

Certificazione ottenuta nel 2024. È la norma di riferimento per la misurazione dei potenziali impatti ambientali che tutti i prodotti e processi di un'organizzazione, nonché l'organizzazione stessa, possono avere sulle risorse idriche. È di fondamentale importanza per misurare la virtuosità della gestione della risorsa idrica da parte dell'azienda. L'acqua è una risorsa preziosa e limitata. Per questo motivo, Oropan ha deciso di quantificare il proprio consumo idrico, al fine di identificare le aree di miglioramento e ridurre gli sprechi.



ISO 14067 Carbon Footprint

Certificazione ottenuta nel 2024. Norma che definisce i principi, i requisiti e le linee guida per la quantificazione e la comunicazione della Carbon Footprint di prodotto (CFP). Si basa sugli standard internazionali di Life Cycle Assessment (ISO 14040 e ISO 14044), offrendo un framework rigoroso per misurare l'impatto ambientale di ogni prodotto in modo preciso e trasparente.

A seguito del conseguimento di tale certificazione, Oropan fornisce ai propri clienti informazioni chiare sull'impronta carbonica delle Friselle, aiutandoli a fare scelte più consapevoli e sostenibili. Non si tratta solo di un'etichetta, ma di un impegno concreto a ridurre le emissioni e a migliorare continuamente i propri processi.



Le certificazioni di sistema



ISO 14001:2015



ISO 9001:2015



45001:2018



37001:2016

Le certificazioni di prodotto



L'ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

L'analisi di materialità rappresenta il cuore di ogni bilancio di sostenibilità, in grado tanto di definirne i contenuti quanto di indicare le direttive principali sulle quali l'azienda può indirizzarsi.

In linea con le richieste dello Standard di riferimento ma anche con le più recenti evoluzioni normative, Oropan ha svolto un **aggiornamento della materialità di impatto**, che identifica gli impatti che l'azienda genera verso l'esterno, ampliata in una logica di **Analisi di doppia materialità**, e valutando quindi anche i rischi e le opportunità che Oropan subisce dall'esterno.

Tale attività ha visto anche la formazione e sensibilizzazione ESG a favore dei componenti del Comitato Sostenibilità e Rischi, che hanno portato avanti questa ambiziosa attività.

La prima parte di analisi degli impatti, visibile nella tabella sottostante, ha prodotto un ventaglio complessivo di 17 temi ESG (di cui 7 ambientali, 4 sociali, 6 di business e di governance), distinti in 33 impatti (di cui 22 negativi e 11 positivi, 19 effettivi e 14 potenziali), associati alle diverse fasi della catena del valore.



Tabella 1 Risultati preliminari dell'analisi di materialità

TEMI 2024	GRI Standards	ESRS	Impatti	Tipologia		Fase della catena del valore impattata
				Negativo/ Positivo	Effettivo/ Potenziale	
Etica, integrità del business e anticorruzione	GRI 205: Anticorruzione	ESRS G1: Condotta delle imprese	Gestione del business non etica e anti competitiva (es. episodi di corruzione, concussione, conflitti di interesse, ecc.)	—	□	
Marketing, etichettatura e soddisfazione del cliente e del consumatore	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	Gestione efficiente di un sistema di resi sull'inventario e di reclami attraverso un processo di monitoraggio strutturato	+	☆	
			Gestione non efficiente della relazione con il cliente	—	☆	
			Episodi di non conformità in tema di etichettatura su informazioni di prodotto	—	□	
Governance, compliance normativa e gestione dei rischi	GRI 418: Privacy dei clienti	ESRS G1: Condotta delle imprese	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che monitori lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG	+	☆	
			Adozione di sistemi di gestione e di qualità per gestire le differenti fattispecie di rischio aziendale nell'integrazione con rischi di tipo ESG	+	☆	
Uso razionale dell'energia	GRI 302: Energia	ESRS E1: Cambiamento climatico	Maggior consumo di energia	—	☆	
			Bassa quota di energia da fonti rinnovabili	—	☆	
Spreco alimentare e gestione dei rifiuti	GRI 306: Rifiuti 2020	ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	Eccessiva incidenza degli sprechi di prodotti da forno e mancato riutilizzo degli stessi	—	□	
			Utilizzo di sottoprodotti e sfridi di produzione che nuocciono al benessere degli animali	—	□	
			Non corretto smaltimento dei rifiuti derivanti dal ciclo di produzione	—	□	
Gestione del packaging sostenibile	GRI 301: Materiali	ESRS E2: Inquinamento	Mancata progettazione di soluzioni di packaging sostenibile	—	☆	

Legenda:

Pillar strategici per la sostenibilità:

Innovazione e crescita economica

Cura dell'ambiente

Valore per il mercato, filiere e territorio

Sostenibilità in azienda

Impatto Effettivo

Impatto Potenziale

Fase 1: coltivazione e raccolta grano

Fase 2: approvvigionamento risorse

Fase 3: produzione

Fase 4: logistica

Fase 5: riutilizzo

TEMI 2024	GRI Standards	ESRS	Impatti	Tipologia		Fase della catena del valore impattata
				Negativo/ Positivo	Effettivo/ Potenziale	
Emissioni e cambiamento climatico	GRI 305: Emissioni	ESRS E1: Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	—	☆	    
			Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	—	☆	    
Gestione della risorsa idrica	GRI 303: Acqua e scarichi idrici	ESRS E3: Acque e risorse marine	Consumo eccessivo di acqua come materia prima	—	☆	    
			Gestione responsabile del ciclo idrico nell'ambito del processo produttivo	+	□	    
Biodiversità e salute del suolo	GRI 304: Biodiversità	ESRS E4: Biodiversità ed ecosistemi	Utilizzo di tecniche intensive a base di fertilizzanti e consumo eccessivo di acqua per la coltivazione di grano con conseguenti effetti in termini di degrado del suolo e di perdita di biodiversità	—	☆	    
			Effetti sui servizi ecosistemici derivanti dalle scelte agronomiche della filiera	—	☆	    
Gestione responsabile delle materie prime	GRI 301: Materiali	ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	Utilizzo errato di materie dovuto in parte all'assenza di modelli di circolarità di utilizzo	—	□	    
Filiera locale e catena di fornitura sostenibile	GRI 202: Presenza sul mercato GRI 203: Impatti economici indiretti	ESRS S2: Lavoratori nella catena del valore	Assenza di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali e sociali	—	☆	    
			Violazione dei diritti umani attraverso il ricorso a fornitori che sfruttano il lavoro minorile o forzato, e/o non assicurano la libertà di associazione e contrattazione collettiva, e/o perpetrano forme di discriminazione sul lavoro	—	□	    
			Adozione di sistemi di certificazione di filiera locale, tracciata e sostenibile	+	☆	    

Legenda:

Pillar strategici per la sostenibilità:

-  Innovazione e crescita economica
-  Cura dell'ambiente

-  Valore per il mercato, filiere e territorio
-  Sostenibilità in azienda

-  Impatto Effettivo
-  Impatto Potenziale

Fase 1: coltivazione e raccolta grano



Fase 2: approvvigionamento risorse
Fase 3: produzione



Fase 4: logistica
Fase 5: riutilizzo



TEMI 2024	GRI Standards	ESRS	Impatti	Tipologia		Fase della catena del valore impattata
				Negativo/ Positivo	Effettivo/ Potenziale	
Comunicazione trasparente e responsabile	GRI 417: Marketing ed etichettatura	ESRS G1: Condotta delle imprese	Rendicontazione di informazioni verso l'esterno inattendibili e/o non verificate	—	□	    
			Inadeguatezza nella comunicazione aziendale verso il consumatore o veicolo di messaggi fallaci o non in linea con le pratiche aziendali di tipo ESG	—	□	    
Tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	ESRS S3: Comunità interessate	Mancata trasparenza in termini di origine delle materie prime, processi e prodotti	—	□	    
			Produzione di alimenti espressione della tradizione socio-gastronomica di un territorio	+	□	    
Formazione e valorizzazione delle persone	GRI 404: Formazione	ESRS S1: Forza lavoro propria	Sviluppo di competenze trasversali attraverso continua attività di formazione	+	☆	    
Tutela della salute e della sicurezza sul lavoro	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro		Sviluppo di sistemi di gestione e progetti che favoriscano la maggiore tutela della sicurezza sui luoghi di lavoro	+	☆	    
Diversità, inclusione e pari opportunità	GRI 405: Diversità e pari opportunità		Promozione e mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale grazie a politiche e sistemi a sostegno del tema	+	□	    
			Assenza di parità retributiva tra i generi per uno stesso lavoro	—	☆	    
Welfare aziendale e retention dei dipendenti	GRI 402: Relazione tra lavoratori e management		Turnover aziendale negativo	—	☆	    
			Stabilità occupazionale (e conseguente sicurezza economica) per i lavoratori	+	☆	    
			Introduzione e miglioramento costante di un sistema di welfare adeguato anche attraverso un sistema di benefit e premiale per i dipendenti	+	□	    

Legenda:

Pillar strategici per la sostenibilità:

-  Innovazione e crescita economica
-  Cura dell'ambiente

-  Valore per il mercato, filiere e territorio
-  Sostenibilità in azienda

-  Impatto Effettivo
-  Impatto Potenziale

Fase 1: coltivazione e raccolta grano 

Fase 2: approvvigionamento risorse 
Fase 3: produzione 

Fase 4: logistica 
Fase 5: riutilizzo 

Successivamente, Oropan ha compiuto un vero e proprio passo avanti riuscendo a tradurre concretamente gli impatti ESG del proprio business in effetti misurabili su costi, investimenti e ricavi, costruendo quindi la “Doppia materialità”.

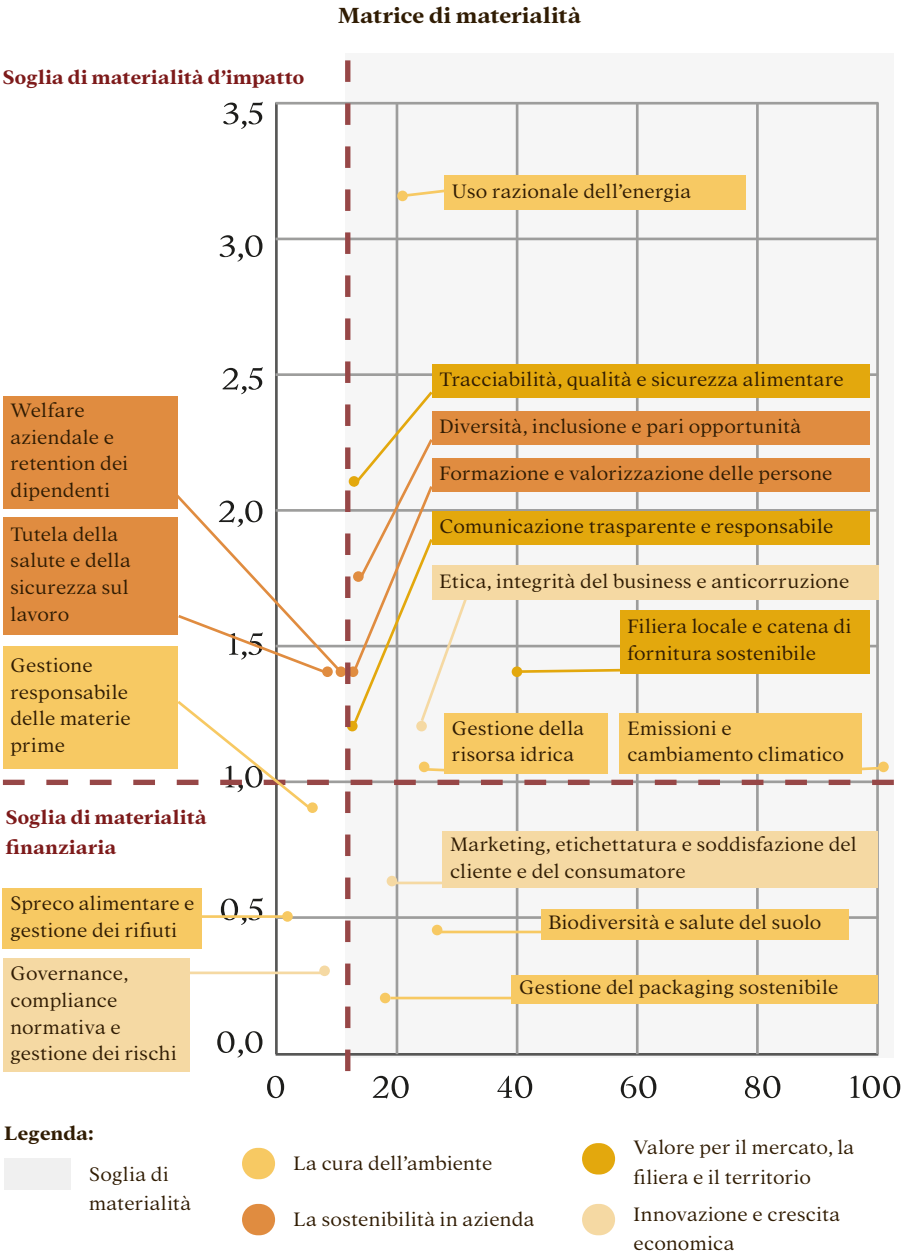
I 17 temi identificati nella prima fase sono stati quindi valutati sia da un punto di vista di impatto generato che dal punto di vista

di rischio subito, definendo la loro effettiva rilevanza (c.d. “materialità”) nel caso superassero il punteggio di 12, e il loro posizionamento sulla matrice di doppia materialità.

I temi risultati “materiali” costituiscono quindi le tematiche di sostenibilità trattate nel Bilancio 2024 e le future linee guida ESG per Oropan.

Figura 1 Risultati dell'analisi di Doppia Materialità

Codice	TEMI 24	Materialità Impatto
A	Etica, integrità del business e anticorruzione	24,30
B	Marketing, etichettatura e soddisfazione del cliente e del consumatore	19,17
C	Governance, compliance normativa e gestione dei rischi	7,50
D	Uso razionale dell'energia	21,00
E	Spreco alimentare e gestione dei rifiuti	1,07
F	Gestione del packaging sostenibile	18,00
G	Emissioni e cambiamento climatico	100,00
H	Gestione della risorsa idrica	24,75
I	Biodiversità e salute del suolo	27,00
J	Gestione responsabile delle materie prime	5,40
K	Filiera locale e catena di fornitura sostenibile	38,67
L	Comunicazione trasparente e responsabile	12,30
M	Tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare	12,60
N	Formazione e valorizzazione delle persone	12,00
O	Tutela della salute e della sicurezza sul lavoro	8,00
P	Diversità, inclusione e pari opportunità	13,35
Q	Welfare aziendale e retention dei dipendenti	10,33



LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Sin dal 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 ascrivibili a 8 aree strategiche d'affari e riconducibili a 17 macro-obiettivi con un piano di azioni che si aggiornano costantemente. A fine 2023 il numero delle azioni previste era pari ad 80. Sempre nel corso del 2024, anche in virtù dell'analisi di doppia materialità svolta da Oropan nel 2023, il Piano Strategico di Sostenibilità è stato ulteriormente sviluppato al fine di identificare con maggiore dettaglio gli obiettivi e le azioni da collegare agli impatti, rischi ed opportunità definiti. Alla luce di detta analisi sono emerse ulteriori 21 azioni che sono state inserite nel Piano strategico 2023-2025 e che saranno alla base del nuovo piano strategico 2026-2029.

Tutte le iniziative individuate racchiudono l'impegno di Oropan rispetto alle tematiche di natura ambientale, sociale e di governance, integrandole con gli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU:



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			
I.1 Ottenimento e mantenimento della certificazione ISO 14001	●		
I.2 Ottenimento e mantenimento della certificazione ISO 37001	●		
I.3 Ottenimento e mantenimento della certificazione SA8000	●		
I.4 Aggiornamento MOGC 231/01 e Codice Etico	●		●
I.5 Iscrizione al Global compact			●
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 e mantenimento Certificazione PDR 125	●		
OBIETTIVO 4 • Promuovere l'empowerment dei dipendenti, sviluppando e tutelando il capitale umano			
4.1 Ottimizzazione degli ambienti produttivi, con l'obiettivo di salvaguardare la salute e il benessere dei lavoratori		●	
4.2 Sviluppo dell'occupazione, con focus su espansione numerica e valorizzazione delle competenze		●	●
4.3 Ottenimento della certificazione ISO 45001	●		

PILASTRO II:

La cura dell'ambiente

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Efficienza energetica			
1.1 Investimento in tecnologie ad alta efficienza energetica e a basso impatto ambientale, con l'obiettivo di ridurre i consumi e le emissioni	●		
1.2 Realizzazione di un audit energetico finalizzato a mappare i principali centri di consumo e identificare opportunità di efficientamento, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e promuovere una gestione responsabile delle risorse energetiche			●
1.3 Acquisizione di certificazioni di sostenibilità			
1.3.1 Certificazione ISO 14046:2014 WATERFOOTPRINT		●	
1.3.2 Certificazione ISO 14067:2018 CARBON FOOTPRINT di un prodotto (Friselle)		●	
1.3.3 Certificazione ISO 14064-1:2019 CARBON FOOTPRINT di stabilimento		●	
1.3.4 Certificazione EASI® - Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato		●	
1.3.5 Certificazione ISO 50001			●
OBIETTIVO 2 • Materie prime			
2.1 Investimento in infrastrutture per la gestione e il trattamento delle risorse idriche, volto ad efficientarne l'utilizzo	●		
2.2 Ottenimento certificazione ISCC PLUS, per una linea di prodotto		●	
OBIETTIVO 3 • Packaging aziendale			
3.1 Riduzione e semplificazione degli imballaggi con l'uso di packaging monomateriale, con l'obiettivo di semplificare la raccolta differenziata da parte del consumatore finale e a promuovere migliori pratiche di economia circolare			●
3.2 Utilizzo, per la linea di pane fresco Forte, di un packaging in carta riciclabile e certificata FSC		●	
OBIETTIVO 4 • Riduzione degli sprechi ed economia circolare			
4.1 Implementazione di sistemi di Automazione dei processi volti all'ottimizzazione dei rifiuti			●
4.2 Prioritizzazione delle politiche aziendali volte alla riduzione dei consumi energetici, dei rifiuti, delle emissioni e dell'uso dell'acqua			●

PILASTRO III:

Valore per il mercato, la filiera e il territorio

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Comunicazione trasparente			
1.1 Dialogo costante con Stakeholder e e condivisione dei vari risultati conseguiti	●	●	●
1.2 Coinvolgimento degli stakeholder attraverso diversi strumenti di dialogo (questionari, panel focus group, workshop) e rilevazione del consenso;		●	●
1.3 Collaborazione con gli stakeholder attraverso la creazione di gruppi di lavoro al fine dello sviluppo e la realizzazione di progetti di miglioramento (open innovation)			●
1.4 Coprogettazione di procedure di governance che coinvolgano gli 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 Percorso di formazione erogato a personale interno per l'allestimento di un nuovo laboratorio R&S, a supporto dell'innovazione			●
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 Digitalizzazione della tracciabilità dei prodotti per garantire trasparenza, sicurezza e sostenibilità lungo tutta la filiera	●	●	
2.2 Razionalizzazione dei processi per ridurre scarti e sprechi, promuovendo l'efficienza produttiva e l'economia circolare		●	

I NUMERI DELLA SOSTENIBILITÀ

Ambientale

Per Oropan, l'impegno per mitigare l'**impatto ambientale** delle attività produttive è uno degli elementi imprescindibili che guidano ogni giorno il suo operato. Questo si traduce nella messa in atto di diverse e numerose attività strategiche legate alla sostenibilità, tra cui: la gestione responsabile dei consumi, l'implementazione di azioni di monitoraggio e miglioramento delle performance, nonché la formazione destinata a tutti i dipendenti.

Al fine di ridurre e migliorare il proprio consumo energetico, Oropan si avvale di energia autoprodotta tramite quattro di-

versi **impianti fotovoltaici** di proprietà, per un totale della potenza nominale installata di 881 kW. Nel corso del 2025, è prevista la sostituzione di tutti gli impianti fotovoltaici presenti con pannelli di ultimissima generazione che permetteranno, a parità di spazio occupato, un aumento della potenza nominale del 30%.

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.

		2022	2023	2024
Consumi di energia suddivisi per fonte	GJ	61.569	63.508	66.763
Consumi di Gas naturale per riscaldamento	GJ	32.835	32.726	34.704
Consumi di Gasolio per riscaldamento	GJ	-	-	-
Consumi Gpl per riscaldamento	GJ	-	-	-
Consumi per flotte auto (benzina)	GJ	257	422	410
Consumi per flotte auto (gasolio)	GJ	1.640	1.359	1.023
Consumi per flotte auto (Gpl)	GJ	-	-	-
Consumo energia elettrica acquistata	GJ	23.157	25.742	26.602
di cui acquistata da fonti rinnovabili	GJ	9.802	-	-
Consumo calorie derivanti da teleriscaldamento	GJ	-	-	-
Consumo di energia da pannelli fotovoltaici	GJ	3.240	2.919	3.281
Energia elettrica autoprodotta e venduta	GJ	440	340	355

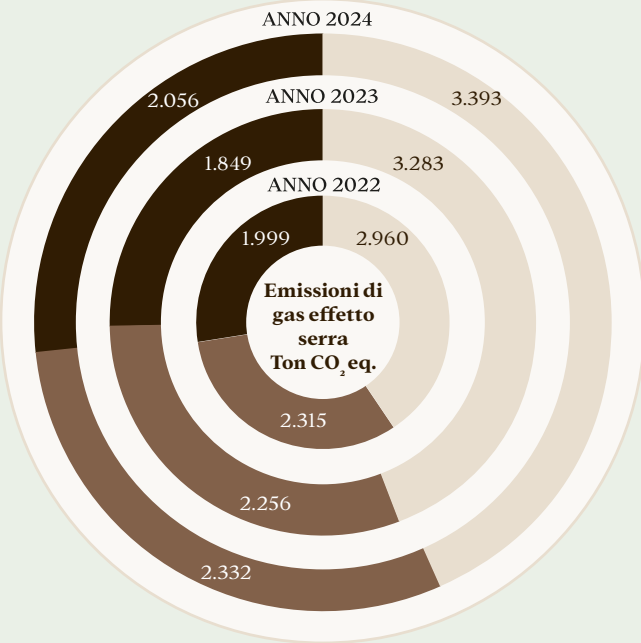


Esse sono dunque riconducibili a due principali categorie emissive:

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

Legenda- Emissioni di gas effetto serra:

- Scope 2 (market based)
- Scope 2 (location based)
- Scope 1



In Oropan, la **selezione delle materie prime** avviene attraverso procedure volte ad identificare gli ingredienti migliori per la realizzazione dei prodotti. Questo avviene tramite la collaborazione con i fornitori e, in particolare, attraverso la definizione di rigidi capitolati di fornitura, che definiscono i parametri chiave che il fornitore deve garantire per ogni lotto fornito. Per garantire ulteriormente la qualità e conformità dei prodotti, ogni materia prima viene sottoposta a controlli e analisi da parte di laboratori interni ed esterni.

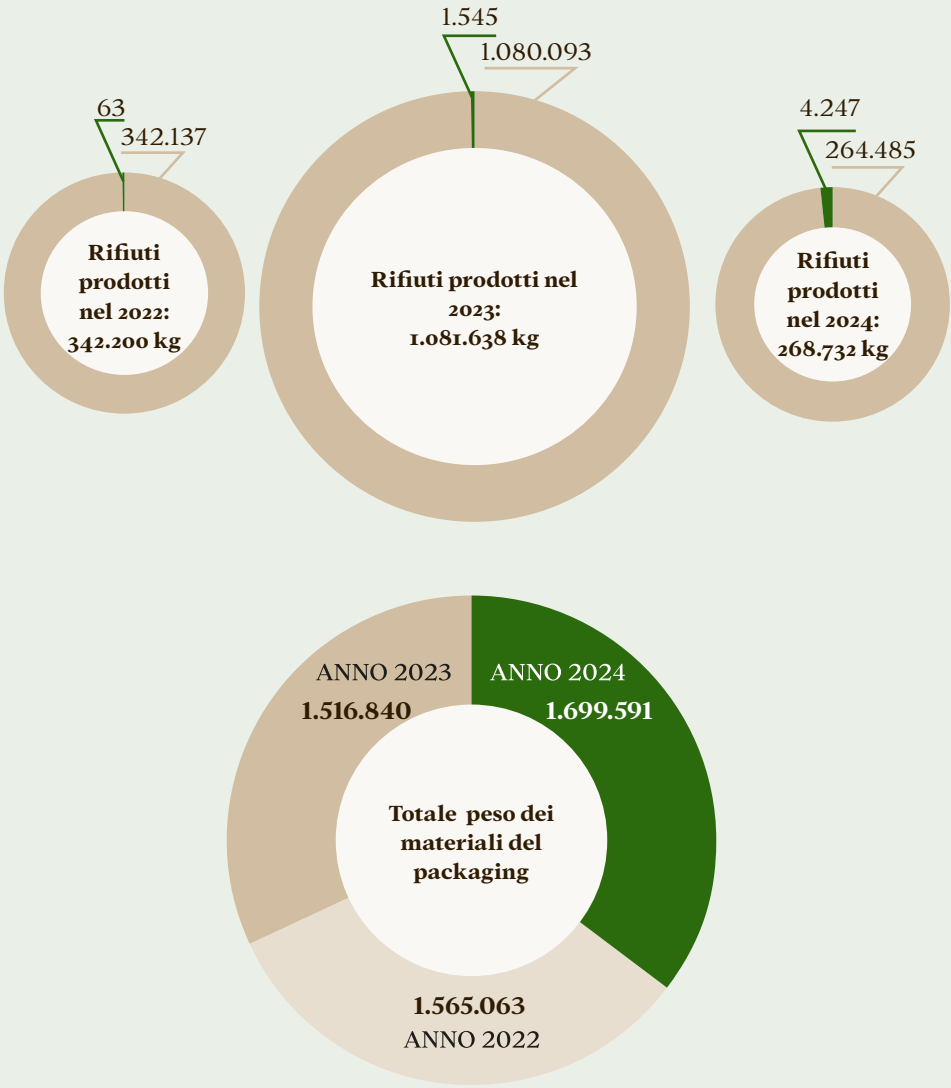
Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione		2022	2023	2024
Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione	Kg	13.123.286	13.540.410	14.440.792
Sfarinati	Kg	12.390.665	12.911.650	13.675.135
Olio	Kg	30.407	29.580	25.510
Olio di semi di girasole	Kg	-	-	47.229
Sale	Kg	253.000	252.850	279.550
Altri ingredienti	Kg	449.214	346.330	413.368

Nel 2024, il volume complessivo di **rifiuti** generati si è ridotto rispetto al 2023 — anno in cui erano stati smaltiti materiali edili in quantità significativa — tornando su livelli in linea con il 2022. Nel tempo, Oropan ha consolidato una **strategia di gestione dei rifiuti** coerente con la propria politica di sostenibilità, puntando su tre direttrici principali: corretta differenziazione, riduzione dei volumi generati e massimizzazione del recupero.

In questo percorso, l'azienda ha adottato procedure interne rigorose, supportate dal processo di **certificazione ISO 14001**, che consentono un monitoraggio continuo e puntuale degli scarti prodotti.

Legenda rifiuti prodotti:

Peso totale rifiuti prodotti non pericolosi Peso totale rifiuti prodotti pericolosi



Sociale

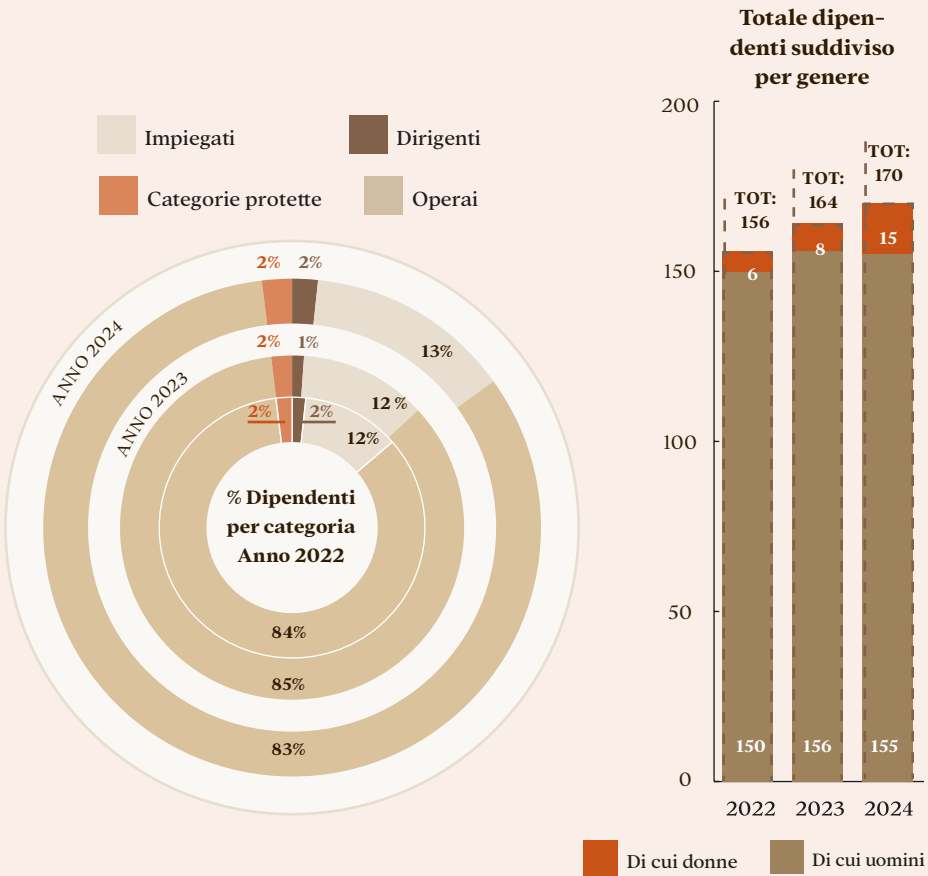
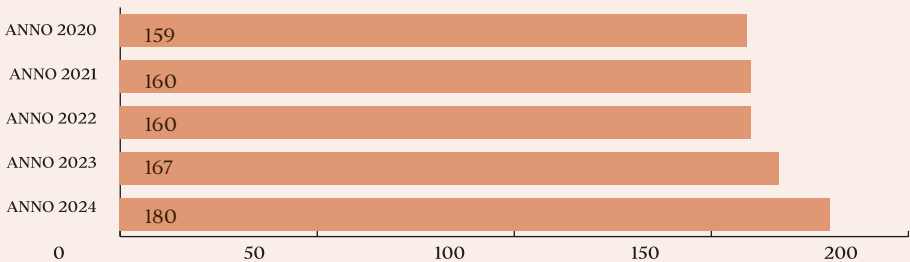
Oropan considera il **capitale umano e la sua valorizzazione** come **elementi essenziali** per il successo dell'Azienda.

L'intera **popolazione aziendale** rappre-

senta un **asset immateriale di valore inestimabile**, in quanto racchiude l'insieme di capacità, competenze, conoscenze e abilità professionali e relazionali acquisite dai collaboratori (comprese hard, soft e deep skills).



Evoluzione della forza lavoro



Oropan ha da tempo avviato numerose **iniziative volte al miglioramento dell'equilibrio psico-fisico** dei suoi dipendenti, contenute anche nel Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025.

Il programma prevede, tra le varie cose, agevolazioni in ambito di **assistenza sanitaria, previdenza e tempo libero**, nonché **condizioni agevolate su prodotti finanziari**, e condizioni vantaggiose **sull'acquisto di prodotti e servizi proposti dalle società Corporate Benefits** incluse nel programma welfare hub.

Inoltre, Oropan ha da sempre implementato politiche e investito nel **miglioramento della formazione del proprio capitale umano**, con l'obiettivo di potenziare il proprio vantaggio competitivo e, al contempo, di anticipare e rispondere alle esigenze emergenti del mercato.

Circa la selezione e la gestione delle risorse umane, la Direzione del personale e il responsabile di funzione sono coinvolti fin dalle prime fasi. Il neoassunto viene integrato in un **processo di valutazione delle "hard e soft skills"**, che inizia sin dal primo giorno di inserimento. Una volta superato il periodo di prova, il neoassunto entra nel processo di valutazione continua. Nel triennio 2022-2024, Oropan ha mostrato un'evoluzione positiva nella gestione del proprio capitale umano, con una crescita costante del numero totale di dipendenti e un progressivo miglioramento in termini di stabilità occupazionale.

Oropan si impegna inoltre a **promuovere e salvaguardare l'integrità fisica, etica e culturale di ciascun individuo, creando condizioni di lavoro che rispettino la dignità personale e offrendo ambienti di lavoro sicuri. Dal 2020**, Oropan, riconoscendo l'importanza di monitorare e gestire in maniera scrupolosa le pratiche comportamentali, **ha avviato un percorso finalizzato a 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.**

5.853

ore di formazione
totali nel 2024

3.920

ore di formazione
tecnica nel 2024

La formazione del personale rappresenta un elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, non solo in termini di produttività, ma anche per garantire la qualità del lavoro svolto.

Oropan Academy

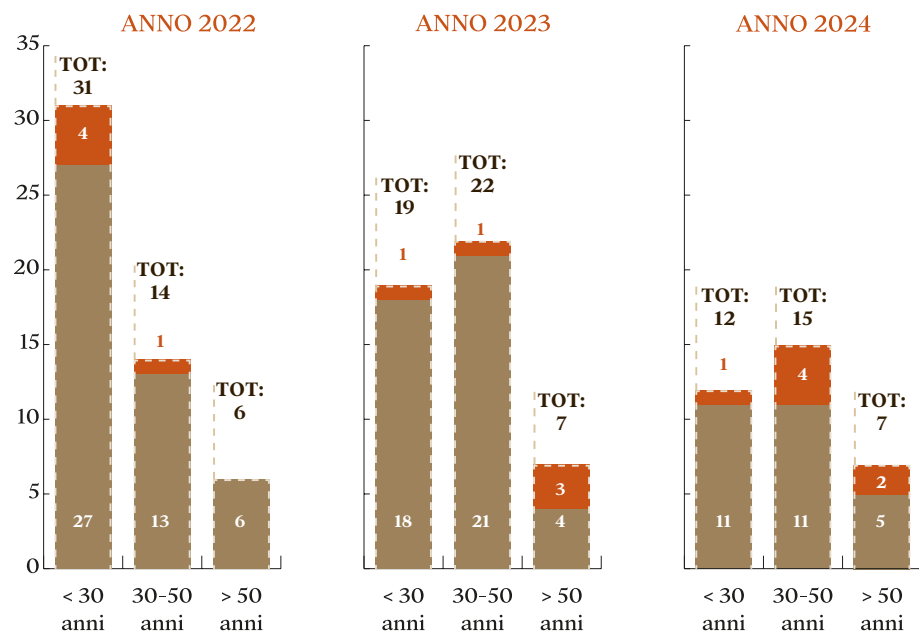
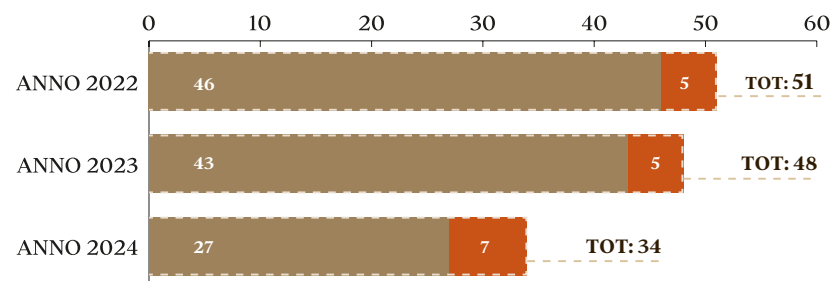
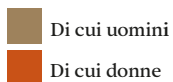
La Oropan Academy è la prima accademia dedicata al mondo della panificazione: un innovativo percorso di formazione gratuita, della durata di un anno, che è stato finalizzato alla formazione di due profili: quello del panificatore e quello di addetto alla manutenzione all'installazione degli impianti civili ed industriali.

Questa iniziativa, fortemente voluta da Vito e Lucia Forte, ha dato l'opportunità di assunzione e formazione con contratto di apprendistato di 1° livello a ragazzi di età compresa tra i 18 e 25 anni. Il percorso formativo di 300 ore in aula e 500 ore on the job, ha permesso ai ragazzi selezionati di conseguire un attestato di qualificazione professionale. Volontà dell'azienda è stata quella di dare nuova linfa ad una professione, quella del panificatore, che ha segnato e segna la storia e la cultura della città di Altamura. Questo Progetto è stato realizzato attraverso la costituzione di una Associazione Temporanea di Scopo composta da OROPAN SPA, IFOA, GI GROUP SPA, ISTITUTO PROFESSIONALE "DENORA LORUSSO" di Altamura e POLITECNICO di Bari.



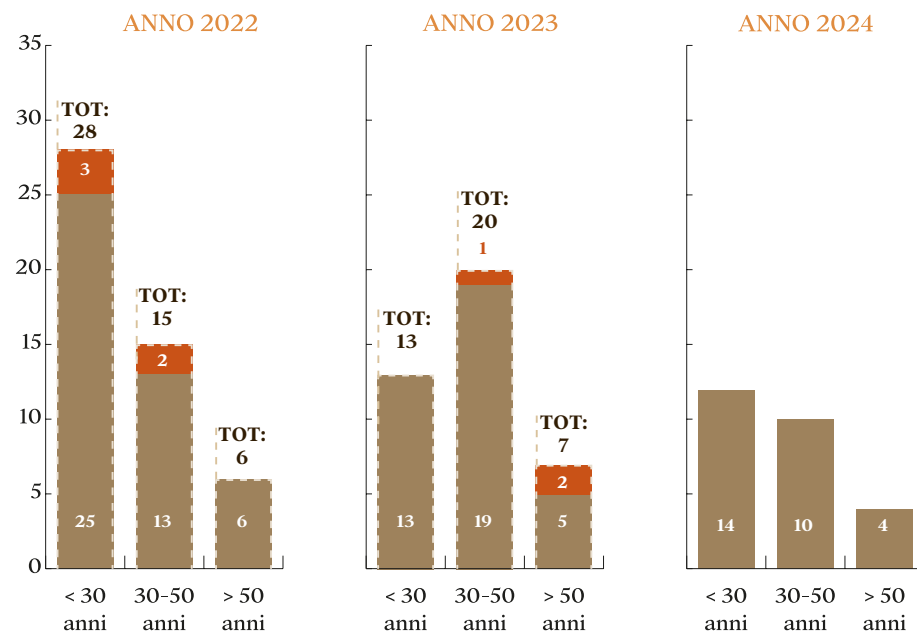
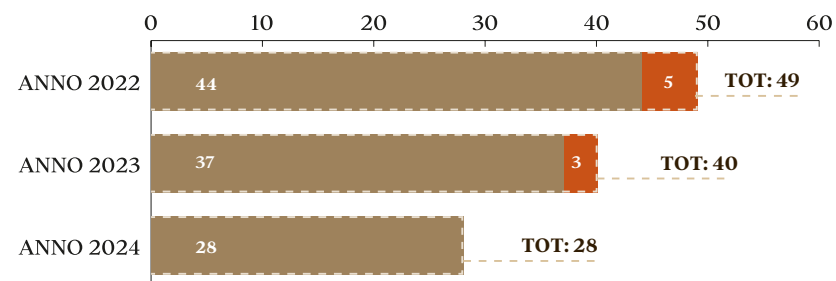
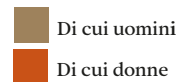
Dipendenti assunti nel corso dell'anno

LEGENDA



Dipendenti usciti nel corso dell'anno

LEGENDA



OROPAN PER IL TERRITORIO

2

SCONFERIRE LA FAME



12

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



Attenzione agli sprechi

L'Azienda pone grande importanza alla gestione accurata delle eventuali eccedenze di prodotto al fine di **contrastare lo spreco alimentare**, sostiene **associazioni che forniscono prodotti alimentari a persone in difficoltà**. In tal senso, quotidianamente l'Azienda destina gratuitamente il prodotto in eccesso agli indigenti: nel corso del 2024 la società ha destinato gratuitamente 51.818 porzioni di prodotto (da 50 gr) derivante da eccedenze di produzione, attraverso la fornitura ad enti caritatevoli del territorio limitrofo.

Oropan festeggia la Giornata Mondiale dell'alimentazione e del pane

In occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione e della Giornata Mondiale del pane, un grande quantitativo di Pane Fresco Forte di Semola rimacinata di grano duro 100% Puglia da Filiera Sostenibile Certificata ISCC Plus è stato distribuito negli Aeroporti di Puglia.

I passeggeri in partenza dagli aeroporti di Bari e Brindisi hanno così potuto portare con sé questo omaggio, da gustare e condividere nei luoghi meta del loro viaggio: da Bologna a Venezia, Bergamo passando all'estero Vienna, Londra, Budapest, Monaco, Barcellona e Zurigo. Molteplici le finalità che tale iniziativa ha voluto perseguire a partire dal voler far scoprire ai viaggiatori uno dei prodotti più ricchi di significati e valenze culturali del nostro Made in Puglia. Ogni forma di pane racconta la storia di un territorio e di un'arte contadina dell'Alta Murgia tramandata da generazioni. Non è solo un prodotto, ma l'emblema della tradizione che può diventare un potente strumento di narrazione e connessione tra i popoli e le comunità.

All'interno di tale iniziativa, l'Azienda non ha voluto far mancare il suo supporto ai meno abbienti. Infatti, a conclusione della giornata, ha devoluto un quantitativo di pane all'associazione di volontariato IN.CON.TRA.

2

SCONFERIRE LA FAME



11

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



12

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



4

ISTRUZIONE DI QUALITÀ



8

LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



11

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



Nel mese di maggio, Oropan ha confermato la sua presenza alla 22^a edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione – **CIBUS di Parma**. L'azienda quest'anno ha presentato a tutti i buyers della Grande Distribuzione Organizzata il nuovo marchio FORTE, frutto dell'importante progetto di rebranding portato avanti dall'azienda, e la nuova linea di pani freschi di semola rimacinata di grano duro 100% puglia certificata ISCCPLUS. All'interno di uno stand totalmente rinnovato, progettato in chiave sostenibile, è stata realizzata una conferenza stampa di presentazione riservata a buyer della GDO, a giornalisti delle principali riviste trade, e giornalisti della stampa, intervenuti numerosi. Alla presentazione è intervenuto anche l'ente di certificazione DNV, che ha consegnato nelle mani dell'AD di Oropan Lucia Forte, il certificato ISCC PLUS. Durante questo importante momento di presentazione, tra i protagonisti anche il Resident Chef Creator di GialloZafferano Sebastian Fitarau, che ha realizzato un momento di showcooking con ricette realizzate con il pane Forte da filiera sostenibile certificata.

9

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



12

CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



Museo del pane Vito Forte: il Museo del Pane di Vito Forte nasce per volontà del fondatore della Oropan S.p.A, il sig. Vito Forte, al fine di consacrare l'Antico Forno Forte quale luogo di "CONDIVISIONE DEL SAPERE", circa la storia del pane di Altamura, e del legame che li unisce. Il Museo del Pane di Vito Forte rappresenta la prima esperienza museale legata al Pane e, dal 2019, è inserito all'interno di Museimpresa, fondata a Milano per iniziativa di Assolombarda e Confindustria. Il Museo del Pane ha visto registrare un traffico di circa 3700 VISITATORI, di cui visitatori stranieri (15%) e scuole (20%). Si è altresì registrata una importante crescita del numero di gruppi di visitatori italiani, legata al turismo industriale e al turismo enogastronomico. Tale dato è da ritenersi di assoluto rilievo, anche alla luce della ripartenza e della gestione delle aperture del Museo, quasi esclusivamente su prenotazione. All'interno del Museo, vengono anche organizzate dei Laboratori, tenuti da Mastri Panificatori, a cui il visitatore può prenotarsi per poter realizzare con le proprie mani il Pane di Altamura. Inoltre, altro elemento utilizzato in chiave comunicativa sono le degustazioni di prodotto, effettuate nell'adiacente Shop Del Museo del Pane di Vito Forte, in grado di attrarre interesse verso i prodotti Oropan, lontano dagli scaffali del supermercato, e proporre gli stessi prodotti, nell'ambito di una situazione immersiva.

Seminario annuale di musei d'impresa. Progetto gran tour dei musei d'impresa

Il 30 settembre, presso Oropan e il Museo del Pane di Vito Forte, è stata svolta una giornata di condivisione che ha visto riuniti rappresentanti di oltre 80 musei e archivi d'Italia, provenienti da oltre 50 aziende simbolo del Made in Italy. Il seminario annuale di Museimpresa è stato l'occasione per presentare il progetto Gran Tour dei Musei d'Impresa, nato in occasione dell'evento "SAPERI D'IMPRESA" organizzato da Oropan nell'ottobre 2022, all'interno della Settimana della Cultura d'Impresa e che ha visto la collaborazione oltre al nostro Museo del Pane Forte, il Museo di Amaro Lucano Essenza Lucano, il Museo Della Liquirizia AMARELLI e la Confetteria e Museo Mucci Giovanni. La volontà di una tale giornata è stata quella di consolidare la posizione di Museimpresa nel mercato del turismo industriale, attraverso una strategia comune e azioni promozionali congiunte. Il Museo del Pane di Vito Forte è stato così tra i promotori di tale iniziativa. Il nostro obiettivo, come Oropan, è stato fin da subito chiaro: valorizzare il nostro patrimonio storico-documentale e promuovere il turismo industriale nel Mezzogiorno. Per tale motivo la volontà che da subito ha animato i 4 musei d'impresa è stata quella di essere generatori di una sinergia di territorio e per il territorio: questi luoghi di richiamo costituiscono infatti autentiche testimonianze del patrimonio e dell'ingegno non solo di un'impresa, ma anche di un territorio e della sua gente. La visita presso il Museo del Pane di Vito Forte di tutti gli esponenti dei musei di impresa, intervenuti ad Altamura, è stata simbolicamente il battesimo di questa intuizione e volontà di dare sempre più lustro ad Altamura, quale "Città del Pane". L'incontro tra impresa e cultura è diventato, così, il cuore pulsante di questo seminario. Le storie dietro il fare impresa attraverso la cultura hanno trovato una voce significativa nel racconto dei Musei d'Impresa, che rappresentano autentici 'luoghi dell'anima' e centri culturali vitali per la comunità.



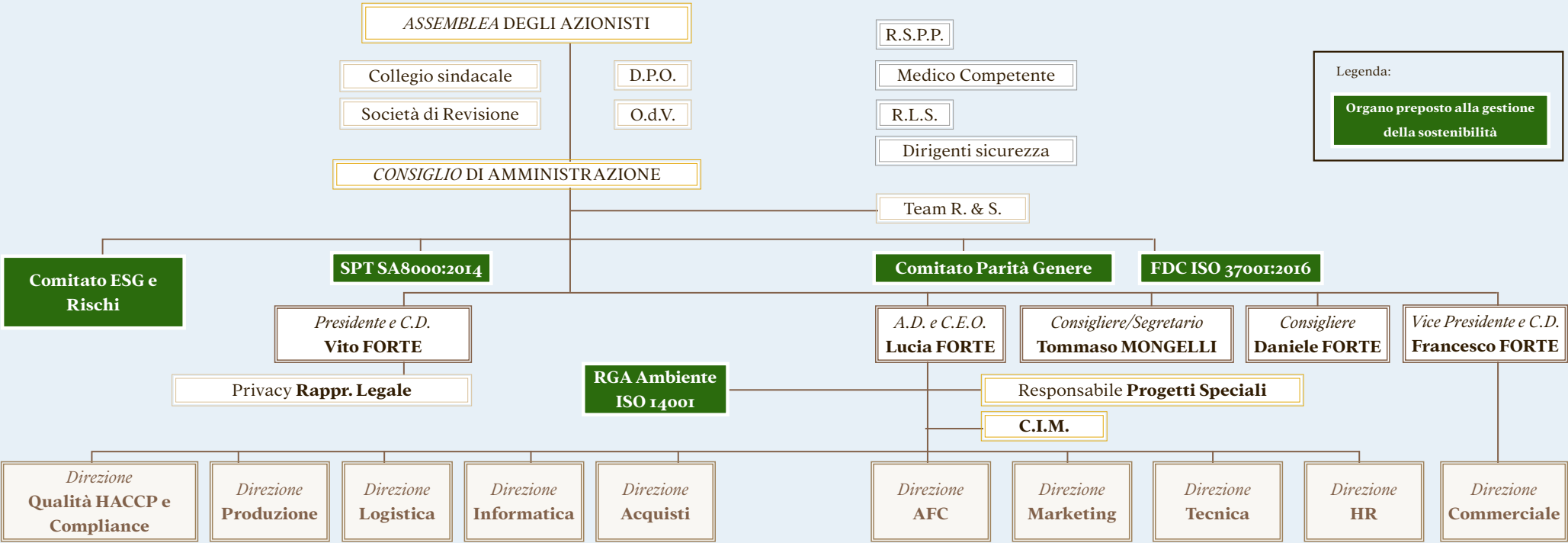
LA GOVERNANCE DI OROPAN

Organigramma Oropan

In Oropan, la governance aziendale rappresenta un elemento fondamentale a garanzia della legittimità delle decisioni e delle azioni legate all'acquisizione e all'allocatione delle risorse, alla loro gestione e al raggiungimento dei risultati.

La governance di Oropan si struttura in particolare in: **Consiglio di Amministrazione, Collegio Sindacale, Società di revisione e Organo di vigilanza collegiale.**

Il Comitato di Sostenibilità e Rischi **supporta il Consiglio di Amministrazione nella definizione della strategia di sostenibilità della Società** nonché nel suo continuo aggiornamento con l'obiettivo di assicurare la creazione di valore sostenibile nel tempo per tutti gli stakeholders e nella prospettiva del successo sostenibile.



OROPAN^{Spa}

**Estratto del bilancio di
sostenibilità
2024**

