

FORTE

— IL GIORNALE DI OROPAN —



LA NOSTRA
ECCELLENZA E'
NELLA NOSTRA
STORIA

L'ANNO DELLE
GRANDI
TRASFORMAZIONI

Oropan dentro il
nuovo ordine
economico mondiale.

TERRITORIO,
VISIONE,
PERSONE

La rotta industriale con cui
Oropan affronta il nuovo
contesto globale.

IL VALORE DEL
SAPER
RACCONTARE

La cultura d'impresa
come bussola per
orientare il futuro

LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

LA FORZA DELLA NOSTRA COMUNITÀ

UN ANNO COSTRUITO SUL VALORE DELLE PERSONE,
SUL CORAGGIO DEL CAMBIAMENTO E SULLA VISIONE CONDIVISA.

Cari collaboratori,
ogni fine anno ci invita a fermarci un istante, a respirare il percorso fatto e a guardare avanti con cuore saldo e mente lucida.

Il 2025 è stato un anno che sento profondamente nostro: un anno che ha raccontato impegno, visione e una comunità che è cresciuta rimanendo fedele alla propria identità.

Abbiamo attraversato mesi intensi, in un contesto globale che è cambiato con rapidità e che ha richiesto, ad ognuno di Noi, coraggio, competenza e responsabilità. Eppure, ancora una volta, Oropan ha dimostrato di essere all'altezza delle sfide: **abbiamo consolidato i volumi, rafforzato i processi produttivi, migliorato l'efficienza delle linee**, senza mai tradire ciò che ci distingue: la qualità del nostro pane, la cura della tradizione, l'attenzione alle persone che lo rendono possibile.

Il Piano Industriale, che nel 2025 ha proseguito il suo avanzamento, rappresenta una pietra angolare del nostro futuro: tecnologie più moderne, impianti più efficienti, una capacità produttiva maggiore, un livello di automazione che innalza qualità, sicurezza e crescita sostenibile.

È stato il nostro modo di coniugare tradizione e innovazione, mantenendo il pane Forte al centro della nostra storia aziendale.

Il 2025 è stato anche l'anno in cui la nostra presenza internazionale **si è rafforzata**. Abbiamo portato il Made in Italy agroalimentare in contesti istituzionali di prestigio, dialogato con esponenti di primo piano, aperto nuove strade verso la Germania, il Regno Unito; verso l'Asia e il Medio Oriente.

Abbiamo partecipato a fiere globali, raccontando al mondo la nostra cultura d'impresa: una cultura fatta di rigore, autenticità e filiera certificata.

A questo si aggiungono i numerosi riconoscimenti ricevuti, a testimonianza della solidità del nostro modello: premi che non celebrano solo i numeri, ma la capacità di crescere con trasparenza, visione e sostenibilità. Sono traguardi che appartengono a tutti noi.



Il 2025 ci ha visti impegnati nel **rafforzare il nostro impegno verso tutti gli stakeholder**, consapevoli di quanto importanti, per la crescita dell'azienda. Abbiamo, perciò, intensificato, e ancor più faremo nel prossimo anno, il dialogo con clienti, dipendenti, fornitori, comunità locali e partner istituzionali, riconoscendo il loro ruolo centrale nella creazione di valore condiviso.

Questo approccio ci ha permesso di raccogliere insight preziosi, di migliorare la qualità dei processi e di consolidare relazioni basate sulla fiducia, sulla trasparenza e sulla responsabilità reciproca.

Questo ascolto attivo ci ha permesso di **definire priorità più coerenti** con le esigenze del mercato e della società, e nel corso del 2026, ci siamo prefissi di integrare, ancor più, gli stakeholder nelle principali fasi decisionali e nelle iniziative di sostenibilità che hanno guidato il nostro operato.

E poi ci sono le nostre persone, i nostri uomini, la nostra linfa vitale. Il capitale umano si è confermato ancora una volta, il vero motore di questa azienda.

L'indagine sul clima aziendale somministrata in questo 2025, ci ha restituito un'immagine chiara: un ambiente sano, sicuro, collaborativo, rispettoso; un forte senso di appartenenza; un clima di fiducia che rappresenta uno dei nostri asset più preziosi.

Abbiamo raccolto con attenzione anche i suggerimenti: equità percepita, comunicazione interna, crescita professionale. Non sono emerse criticità, ma direzioni di miglioramento sulle quali stiamo già iniziando a lavorare, con serietà e determinazione.

Il 2025 è stato anche un anno di volti, sguardi, storie: nuove assunzioni, avanzamenti di carriera, giovani che sono cresciuti, colleghi che hanno festeggiato matrimoni, nascite, anniversari professionali importanti.

Oropan ha continuato ad essere una casa che accoglie, un luogo che valorizza, un contesto che permette di far fiorire talento, responsabilità e professionalità.

Ora ci prepariamo al 2026, un anno che richiederà lucidità,

fermezza e capacità di leggere i nuovi equilibri globali.

Ma ci arriviamo con una direzione chiara:

- innovazione costante,
- sostenibilità come metodo e vantaggio competitivo,
- filiera certificata come garanzia per affrontare le sfide nel mercato globale,
- persone al centro di ogni trasformazione.

Ci arriviamo come squadra, come comunità, come custodi di una storia che, da Altamura, continua a viaggiare nel mondo portando con sé cultura, identità e bellezza.

Desidero ringraziarvi profondamente.

Grazie per ciò che avete fatto in questo anno così importante: per la dedizione quotidiana, per la cura verso il nostro lavoro e verso i valori che ci definiscono.

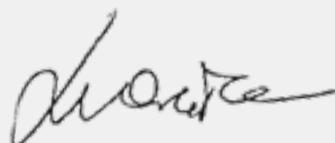
Grazie per la fiducia con cui avete affrontato ogni cambiamento, per la passione che avete messo in ciò che avete creato ogni giorno.

Con l'augurio più sincero che questo Natale porti serenità nelle vostre famiglie, e che il 2026 sia un anno ricco di soddisfazioni, crescita e orgoglio condiviso.

Con stima e gratitudine,

Lucia Forte

Amministratore Delegato & CEO – Oropan S.p.A





LA NOSTRA
ECCELLENZA
NASCE DALLA
NOSTRA STORIA

LETTERA DEL PRESIDENTE

TRA CIÒ CHE ABBIAMO COSTRUITO E CIÒ CHE COSTRUIREMO INSIEME

Cari ragazzi, arrivati a questo momento dell'anno, sento il bisogno, come sempre, di fermarmi un istante e guardarvi negli occhi, anche se solo attraverso queste parole. Il 2025 è stato un anno intenso, generoso, a tratti impegnativo... **ma profondamente nostro**. È stato un anno che abbiamo scritto insieme, con la forza delle mani, delle idee, del cuore. Un anno che ha confermato ciò che da tempo sostengo: Oropan è una grande squadra. Una squadra che non teme le sfide, che affronta i cambiamenti con responsabilità e visione, che sa innovare pur rimanendo fedele alla propria identità.

In questo anno abbiamo consolidato i nostri volumi, ampliato la gamma dei prodotti freschi e surgelati, con un'attenzione particolare alle nuove esigenze dei consumatori; dato ulteriore linfa al nostro brand Forte, che continua a rappresentare il nostro stile e la nostra eccellenza; abbiamo compiuto passi importanti nei progetti di sostenibilità, perché essere un'azienda moderna significa anche essere un'azienda responsabile; investito sulle persone, sulle competenze, sulla formazione: **perché la crescita di Oropan è, prima di tutto, crescita umana**. È stato un anno in cui siamo tornati a casa ogni sera con la consapevolezza di aver costruito un pezzetto di futuro per noi, per le nostre famiglie, per chi ci vuole bene. E a questo non c'è prezzo.

La borsa da viaggio che vi è stata regalata a fine anno scorso è stata la rappresentazione di tutto questo: del viaggio che abbiamo fatto nel 2025 e di quello che continueremo a fare insieme.

Una borsa riempita con i traguardi raggiunti e che da oggi sarà riempita con i sogni che porteremo con noi nel prossimo anno. Il 2026 sarà un anno che richiederà al tempo stesso coraggio e delicatezza, testa e cuore.

Ma io sono sereno. Perché consapevole di ciò che ho al mio fianco. La vostra passione, la vostra dedizione, il vostro senso di appartenenza: sono il vero miracolo di questa azienda. Insieme ai miei figli, desidero dirvi grazie per ciò che avete fatto nel 2025, e grazie, ancora di più, per quanto saprete fare nel 2026.



È bello condividere con voi i successi, i sogni che nascono e quelli che diventano realtà. Ed è bello sapere di essere circondato da persone che, come me, continuano a credere nel potere dei sogni.

Buon Natale di vero cuore a voi e alle vostre famiglie. E che il 2026 possa essere un anno, ancora una volta, da ricordare, da vivere intensamente... uno di quegli anni che si vorrebbe, non finissero mai.

Il vostro Presidente

L'ANNO CHE VERRÀ

IL 2026 SI PROSPETTA COME UN ANNO CRUCIALE PER LA RIDEFINIZIONE DELL'ORDINE ECONOMICO MONDIALE.

La fine dell'iperglobalizzazione, le nuove guerre commerciali, la frammentazione economica e l'accelerazione delle transizioni digitale ed energetica stanno ridisegnando, con una velocità senza precedenti, i confini entro cui imprese, territori e istituzioni dovranno muoversi.

Decision maker pubblici e privati si confronteranno con una complessa combinazione di rischi e opportunità. Per imprese e investitori, la priorità sarà adattarsi con flessibilità e visione a questo nuovo contesto ad alta complessità.

In questo scenario, la Puglia si trova al crocevia tra opportunità e rischi, chiamata a interpretare il proprio ruolo strategico in un mondo che diventa più frugale, più digitalizzato e meno cooperativo.

Sarà, come sottolinea il **dossier programmatico di Confindustria Bari-Bat** che ha accompagnato la sua candidatura a Capitale della Cultura d'Impresa 2026, un anno in cui si dovrà mantenere uno sguardo "strabico": capace di tenere insieme locale e globale, radici e orizzonti internazionali, tradizione e innovazione.

Ed è proprio in questo contesto complesso che Oropan entra nel 2026 con una visione chiara e in continuità al suo percorso intrapreso nel corso degli anni: posizionarsi come interpreti credibili della cultura d'impresa nel Mediterraneo, valorizzando il nostro patrimonio produttivo, identitario e culturale.

La Cultura d'Impresa come bussola nel nuovo mondo industriale

Nell'ambito del percorso di valorizzazione del nostro patrimonio aziendale e di sostenibilità ribadiamo, da sempre, come le imprese non siano solo luoghi di produzione, ma luoghi di cultura: presidi di valori, storie, saperi e innovazioni che dialogano con la società e contribuiscono alla coesione dei territori. Testimonianza ne sono il nostro Museo del Pane di Vito Forte e il nostro Corto storico d'impresa. In un Mediterraneo fatto di radici antiche e contaminazioni creative, l'impresa diventa un ponte tra passato e futuro: custodisce la tradizione, ma genera innovazione; raccoglie la memoria, ma costruisce competitività; rappresenta identità, ma coglie le sfide globali.

Oropan incarna perfettamente questa visione. La nostra cultura d'impresa vive nella filiera certificata, nella sostenibilità come metodo, nella qualità come promessa, nella nostra people strategy, nei processi innovativi e nel racconto di un prodotto che appartiene alla storia dell'uomo: il pane.

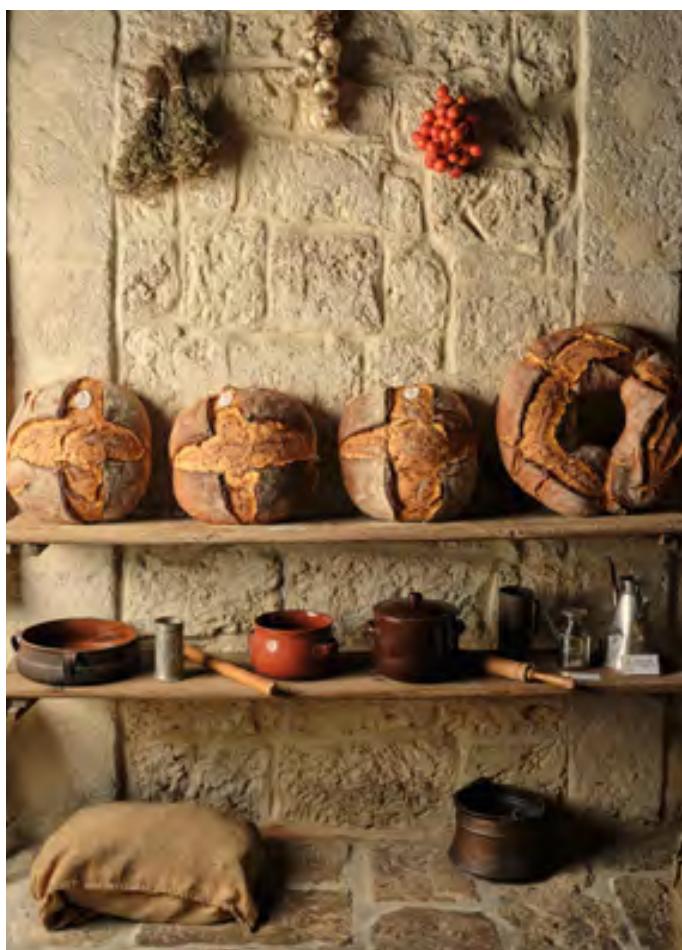


Le quattro macro-dinamiche globali che guideranno il 2026, guerre commerciali e nuovi protezionismi, reshoring e friend-shoring, frammentazione delle catene del valore, domanda crescente di energia, tecnologia e sostenibilità, impongono alle imprese di adottare una strategia più flessibile, più vigile e più resiliente.

Il nostro rinnovato Piano Strategico di Sostenibilità per il quadriennio 2026-2029 è la risposta industriale a questo scenario: una roadmap che unisce performance, sostenibilità e governance, per garantire solidità, continuità e competitività in un contesto globale ad alta complessità.

Nel 2026, il nostro Museo del Pane diventerà ancora più centrale: sarà uno spazio vivo di cultura, formazione, storytelling, turismo industriale e dialogo tra generazioni.

Un luogo che interpreta ciò che il dossier di Confindustria Bari e Bat chiama le "smarginature" della cultura d'impresa: quel movimento attraverso cui l'impresa esce dai propri confini, entra nella società e contribuisce alla costruzione di un'identità condivisa.



In un anno che richiederà visione, coraggio e capacità di leggere i cambiamenti globali, Oropan afferma con forza il proprio ruolo:

- essere ambasciatori della cultura d'impresa mediterranea;
- rafforzare la sostenibilità come leva competitiva;
- valorizzare la filiera certificata per affrontare le sfide nel mercato globale;
- potenziare dialogo, innovazione e responsabilità sociale;
- difendere e raccontare l'autenticità del Made in Italy;
- portare nel mondo, attraverso il pane Forte, l'anima della Puglia e dell'Italia.

Il 2026 sarà un anno di sfide e di trasformazioni, ma anche un anno di opportunità straordinarie.

E noi entreremo in questo nuovo scenario globale con una bussola precisa: **la nostra cultura d'impresa, il nostro pane, la nostra storia.**

IL NOSTRO 2025



EVENTI ISTITUZIONALI

OROPAN ALLA X EDIZIONE DELLA SETTIMANA DELLA CUCINA ITALIANA NEL MONDO

Venerdì 28 novembre, nella cornice prestigiosa di **Villa Madama**, Oropan è stata ambasciatrice e rappresentante del Made in Italy, alla X edizione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo: un'occasione di orgoglio autentico e di responsabilità verso il nostro Paese.

L'evento, tra i più rilevanti del calendario istituzionale, è stato moderato dalla giornalista Giovanna Pancheri e aperto dall'intervento del **Vicepresidente del Consiglio e Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale Antonio Tajani**, seguito da un videomessaggio del **Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida**.

In questo contesto di alto profilo, l'AD di Oropan, Lucia Forte, ha avuto l'onore di intervenire rappresentando Oropan e il valore del nostro pane, come ambasciatore autentico del Made in Italy nel mondo, confrontandosi direttamente con il Ministro Tajani e con alcuni tra i massimi esponenti della filiera agroalimentare:

- **Maurizio Martina**,
Vicedirettore Generale FAO
- **Luigi Scordamaglia**,
Amministratore Delegato Filiera Italia
- **Paolo Mascalino**,
Presidente Federalimentare
- **Luca Brondelli di Brondello**,
Vicepresidente Confagricoltura
- **Marzia Varvaglione**,
Vicepresidente Unione Italiana Vini
- **Vincenzo Celeste**,
Rappresentante Permanente presso l'Unione Europea (in videocollegamento)

A volte basta un prodotto semplice per raccontare un intero Paese.

L'Italia possiede un privilegio raro: i suoi alimenti autentici non sono solo beni di consumo, ma identità, cultura, relazioni. Internazionalizzare il nostro pane significa esportare qualcosa che va ben oltre il prodotto: significa mostrare la solidità aziendale, la qualità della governance, un modello produttivo sostenibile e competitivo.

Significa portare con sé la propria terra, una filiera certificata, una visione fondata su ricerca, innovazione costante, capacità di rispondere rapidamente a una domanda globale sempre più esigente. È su queste basi che Oropan ha costruito la sua strategia internazionale: compliance rigorosa, sostenibilità



come valore e metodo, processi e prodotti certificati come strumenti di competitività.

Sono questi i pilastri che costituiscono il nostro vero “passaporto” per l'Italia e per i mercati esteri — un passaporto che ci ha condotti fino alla Cina, dove il nostro pane è riconosciuto come simbolo di benessere, salubrità e sicurezza alimentare. In uno scenario globale caratterizzato da una competizione sempre più complessa e sproporzionata, il nostro compito è difendere e affermare un'identità. Perché un prodotto italiano d'eccellenza ha nome, cognome e contenuto: va spiegato, certificato, raccontato con forza, in un mercato in cui l'Italian sounding pesa 106 miliardi di euro. Il nostro pane è una narrazione vivente, il genius loci: racconta la Puglia, la sua generosità, un sapere che attraversa duemila anni di storia. Ogni volta che il Pane Forte raggiunge un nuovo Paese, porta con sé un frammento dell'anima pugliese e italiana.

Essere presenti alla X edizione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo, è stata la conferma di quanto il lavoro di Oropan sia oggi, riconosciuto, ascoltato e valorizzato ai massimi livelli del Sistema Paese.

L'invito rivolto a Oropan S.p.A. è testimonianza della credibilità costruita in questi anni e il ruolo che il nostro pane sta assumendo come ambasciatore autentico del Made in Italy nel mondo.

EVENTI ISTITUZIONALI

FORUM DELLA COMMUNITY AGRIFOOD & BEVERAGE

TEHA CLUB

Oropan ha preso parte al Forum Community Agrifood & Beverage – Regione Puglia promosso da #TEHAClub, all'interno del panel "Puglia protagonista: crescere tra qualità, territorio e identità".

Un'occasione di confronto con operatori e stakeholder del settore food & beverage per discutere trend del mercato, scenari di sviluppo, dinamiche dei consumi e sfide competitive.

Abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci con la nostra business community, portando la nostra visione e il nostro contributo su come costruire filiere d'eccellenza capaci di parlare al mondo e, allo stesso tempo, dialogare con le nuove generazioni senza perdere autenticità.

L'azienda ha presentato il proprio modello produttivo basato sul grano duro pugliese, illustrando il valore della filiera cerealicola regionale e il suo impatto sull'identità del prodotto.

Nel corso dell'intervento, Oropan ha posto l'accento sul ruolo dell'heritage, sul racconto del territorio e sull'evoluzione dei consumi da parte delle nuove generazioni, sottolineando come questi elementi abbiano guidato le strategie di crescita degli ultimi anni. Per Oropan, infatti, da sempre, innovare non significa abbandonare la tradizione, ma darle un futuro.



OROPAN ADERISCE ALL'UN GLOBAL COMPACT NETWORK ITALIA

Oropan S.p.A. ha aderito all'UN Global Compact Network Italia, consolidando il proprio percorso verso un modello di sviluppo sostenibile e responsabile.

Questa adesione segna un passo concreto nell'integrazione dei Dieci Principi del Global Compact delle Nazioni Unite all'interno della nostra strategia aziendale, con un focus su:

- **Diritti umani e tutela delle persone.**
- **Lavoro equo e inclusivo.**
- **Impegno ambientale e gestione sostenibile delle risorse.**
- **Lotta alla corruzione e trasparenza nei processi aziendali.**

Attraverso il supporto del Network italiano, Oropan partecipa a iniziative di dialogo con gli stakeholder, azioni collettive e partnership per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030.

Un'azienda non è solo ciò che produce, ma anche il valore che genera per le persone e per il territorio.



Oropan S.p.A. ha aderito all'UN Global Compact Network Italia, rafforzando il proprio impegno verso un modello di sviluppo sostenibile e responsabile.

EVENTI ISTITUZIONALI

OROPAN AL SALONE DELLA CSR E DELL'INNOVAZIONE SOCIALE

UNIVERSITÀ BOCCONI

Ci sono momenti in cui un palco smette di essere semplicemente un luogo fisico e si trasforma in una conversazione capace di generare visione. Oropan ha partecipato al **Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale**, presso l'Università Bocconi: due giornate intense, attraversate da riflessioni profonde e da un senso crescente di responsabilità condivisa.

L'azienda **ha illustrato** i risultati ottenuti nella gestione ambientale, nel welfare interno, nelle pratiche di responsabilità sociale e nelle politiche di governance. L'intervento ha **mostrato** come la cultura ESG sia stata integrata nei processi industriali, contribuendo alla solidità del modello produttivo.

Nella prima delle due giornate, durante la presentazione del libro ***“Le Stagioni dell’Impresa”*** di **Monica Mazzucchelli**, la nostra AD Lucia Forte ha raccontato come in Oropan stiamo vivendo l’“inverno” della leadership ciclica: una fase preziosa di consolidamento, ascolto e nuova semina. Un tempo in cui proteggiamo il nostro patrimonio di radici, la cultura del pane, la nostra storia aziendale, i valori che ci definiscono, mentre continuamo, contemporaneamente, a preparare il terreno per un nuovo ciclo di crescita.

Come un forno che non si spegne mai, la nostra energia rimane viva, silenziosa ma costante, pronta a trasformarsi ancora una volta in pane, innovazione e futuro sostenibile.

Nella tavola rotonda della seconda giornata, ***“Industria e Distribuzione: alleati nella responsabilità”***, Oropan ha condiviso, insieme ad alcuni dei **principal player della GDO** intervenuti, l’idea di azienda rigenerativa: un’impresa che non si limita a ridurre gli impatti, ma che crea valore circolare, valorizza le persone e restituisce ricchezza ai territori da cui trae la propria forza.

Il confronto con la distribuzione, testimonia come quest’ultima non è da intendersi solo come un canale di vendita; è un alleato strategico nel percorso di sostenibilità intrapreso: **è un alleato strategico nel percorso di sostenibilità intrapreso**.

Perché la sostenibilità, per essere autentica, non può fermarsi ai cancelli dello stabilimento: deve raggiungere lo scaffale, il consumatore, le nuove generazioni.

È lì che il valore viene davvero riconosciuto.



Ed è proprio qui che abbiamo convenuto si possa fare il vero salto di qualità: trasformare il rapporto tra industria e distribuzione da semplicemente **transazionale** a profondamente **trasformazionale**.

Un’alleanza capace di guidare insieme il cambiamento, educare il consumatore e costruire filiere che siano sostenibili non solo nei proclami, ma nei fatti.

Siamo convinti che il futuro si costruisca così:

- **Meno apparenza, più coerenza.**
- **Meno greenwashing, più fiducia.**
- **Più alleanze vere, capaci di generare impatto e cambiamento reale.**

Oropan crede in questo cammino. E lo percorre ogni giorno, con il passo di chi sa che la responsabilità non è un’etichetta, ma un impegno quotidiano.

EVENTI ISTITUZIONALI

OROPAN PROTAGONISTA AL FORUM AMBROSETTI FOOD& BEVERAGE ROADMAP 2025 DI BORMIO

Oropan è stata selezionata come **case study** all'interno del Forum Ambrosetti Food & Beverage Roadmap **2025** tenutosi a Bormio lo scorso giugno

Un riconoscimento che non ha rappresentato un traguardo, ma un impulso a proseguire con ancora maggiore determinazione: per il nostro settore, per le persone che lavorano con noi, per chi ogni giorno sceglie il nostro pane e la linea Forte come gesto di fiducia e di appartenenza.

Da Altamura a Bormio abbiamo portato questa visione: crescere senza perdere l'autenticità, consolidare la nostra identità costruendo valore insieme alla filiera.

Il Forum ha evidenziato un ruolo chiave del retail nel sostenere la crescita dell'agroalimentare italiano: investendo in qualità, sostenibilità e tracciabilità; collaborando con produttori e consorzi per tutelare ingredienti DOP e IGP; promuovendo una narrazione forte del Made in Italy anche all'estero.

Un ecosistema in cui Oropan trova terreno fertile per affermare la propria missione.

Nel panel dedicato al Food, **TEHA Group** ha presentato il caso strategico **“Il successo del pane e dei prodotti da forno nel mondo: tradizione e innovazione sostenibile al centro della missione Oropan”**: una storia costruita su ingredienti radicati nel territorio, su un impegno continuo verso la sostenibilità di filiera e su un portafoglio di certificazioni indipendenti che parlano di trasparenza e responsabilità.

Durante il Forum Ambrosetti, l'AD di Oropan Lucia Forte ha



raccontato e meglio illustrato il caso Oropan: un modello industriale in cui performance economica e sostenibilità non solo convivono, ma si rafforzano reciprocamente, generando una competitività nuova, credibile e misurabile.

Oggi, fare impresa non significa semplicemente vendere. Significa ispirare fiducia, costruire relazioni solide, lasciare un'impronta duratura sul territorio e sulla comunità.

Al Forum Ambrosetti **“La Roadmap del futuro per il Food & Beverage”**, abbiamo condiviso il nostro modello industriale integrato: una traiettoria che unisce tradizione artigianale, innovazione sostenibile e visione ESG, generando valore reale per l'azienda, per la filiera, per il territorio e per il mondo del retail.

Oropan crede in un futuro in cui il pane non è solo un alimento, ma un narratore di identità, un motore di sostenibilità e un ambasciatore del Made in Italy nel mondo.

EVENTI ISTITUZIONALI

OROPAN SCELTA DA INTESA SANPAOLO PER LA PRIMA MISSIONE INTERNAZIONALE DI PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY A DUBAI

Nel corso del 2025, Oropan è stata selezionata da **Intesa Sanpaolo** per rappresentare il Made in Italy agroalimentare nella prima missione internazionale 2025 negli Emirati Arabi Uniti.

Un traguardo che ha confermato la credibilità e la forza della nostra visione.

Una scelta che ci ha onorato e che ci ha offerto l'opportunità di raccontare, in uno dei mercati più dinamici al mondo, la nostra storia e l'autenticità del nostro pane della tradizione della panificazione altamurana e pugliese: semola rimacinata di grano duro 100% pugliese, lievito madre, filiera sostenibile e certificata: maestria artigianale trasformata in modello industriale responsabile.

Gli Emirati Arabi rappresentano un mercato in forte espansione, sempre più attento alla qualità, alla sicurezza alimentare e ai principi della Dieta Mediterranea. È qui che il nostro pane — simbolo di salubrità, territorialità e sostenibilità — trova un terreno fertile di apprezzamento.

Questa missione è stata molto più di un viaggio d'affari: è stata la rappresentazione concreta di quel ponte tra Puglia, Italia e Medio Oriente che costruiamo giorno dopo giorno attraverso la nostra filiera, le nostre persone e la nostra capacità di portare nel mondo un prodotto che è cultura prima ancora che alimento. Una missione che conferma ancora una volta come la nostra forza risieda nella capacità di unire innovazione e radici, territorio e visione globale.

È stata un'occasione preziosa per consolidare relazioni, sviluppare nuove opportunità e valorizzare ulteriormente la presenza della nostra azienda in un mercato dove i nostri pani di grano duro sono già molto apprezzati, soprattutto nel settore della ristorazione.

Di tutto questo ringraziamo Intesa Sanpaolo per la fiducia riposta nella nostra realtà e nella forza delle radici italiane che rappresentiamo.



OROPAN PER LA LEGALITÀ. EVENTO “MAFIA IERI OGGI E DOMANI: NON CI AVETE FATTO NIENTE”

Altamura, ad inizio anno, ha potuto vivere una giornata di profonda memoria civile e di rinnovato impegno collettivo. Infatti, il 17 gennaio u.s. la città murgiana ha ospitato l'evento “Mafia ieri e oggi: non ci avete fatto niente”, un appuntamento interamente dedicato al contrasto alle mafie e al ricordo del sacrificio del giudice **Giovanni Falcone**, di **Francesca Morvillo** e degli uomini della scorta. Una testimonianza di come la legalità, oggi più che mai, debba tradursi in responsabilità condivisa.

A rendere ancora più simbolico l'evento, l'arrivo ad Altamura della **Quarto Savona 15**, l'auto della scorta di Falcone divenuta emblema universale della resistenza alla criminalità organizzata. La Teca con la QS15, giunta in città il 16 gennaio, è stata collocata in **Piazza della Resistenza**: un invito potente a rinnovare l'impegno contro ogni forma di violenza e sopraffazione.

Un evento costruito dalla comunità, per la comunità

L'iniziativa è stata organizzata dal **Rotary Club** e dal **Siulp**, rappresentati rispettivamente dal dott. **Lino Pignataro**, Governatore del Distretto 2120 Puglia e Basilicata, e dal dott. **Felice Romano**, Segretario Generale Nazionale SIULP, ma hanno visto in prima linea Oropan, insieme all'azienda Cobar e al Presidente del Rotary Club Altamura-Gravina Vito Cicirelli.

La presenza della Quarto Savona 15 ad Altamura non è stato solo un momento commemorativo, ma un richiamo civile che attraversa le generazioni. Legalità e sviluppo sostenibile sono le due facce di una stessa visione: solo un territorio che difende i propri valori può guardare al futuro con fiducia.

La presenza delle istituzioni e il ruolo delle imprese

Durante la tavola rotonda organizzata presso il Teatro Mercadante, in cui sono intervenuti tra gli altri il Dott. Roberto Rossi, Procuratore della Repubblica di Bari e il dott. Massimo Gambino, Questore di Bari, per voce del nostro AD Lucia Forte, abbiamo ribadito un principio fondamentale: un'impresa solida e competitiva nasce solo da trasparenza, rispetto delle



regole e responsabilità sociale.

Per Oropan, la legalità non è solo un valore etico, ma un pilastro operativo. Con il massimo punteggio ★★★ nel Rating di Legalità AGCM e certificazioni come la ISO 37001, adottiamo modelli di governance e strumenti come il Codice Etico e il Modello Organizzativo di Gestione e Controllo (MOGC), per garantire comportamenti trasparenti, prevenire illeciti e costruire fiducia con i nostri stakeholder.

Radicata su sei pilastri — innovazione, governance, trasparenza, sostenibilità, rispetto per i diritti umani e tutela ambientale — la nostra cultura aziendale si propone come modello per le nuove generazioni e come motore di sviluppo per il territorio.

Noi di Oropan ci impegniamo a dimostrare che legalità e sostenibilità sono due facce della stessa medaglia, capaci di garantire crescita, stabilità e valore aggiunto per tutta la comunità.

OROPAN PER L'EMPOWERMENT FEMMINILE. EVENTO “DONNE IN AZIONE”

Venerdì 7 marzo u.s., nel prestigioso Foyer del Teatro Petruzzelli di Bari, Oropan ha celebrato una pagina importante del proprio impegno verso la valorizzazione del talento femminile e della leadership inclusiva. Con l'organizzazione dell'evento “Donne in Azione”, l'azienda ha portato in scena storie di donne che, con coraggio e visione, hanno trasformato sfide complesse in opportunità di crescita per la società, per le istituzioni e per il mondo dell'impresa.

Un incontro simbolico e necessario, soprattutto per un'azienda come **Oropan, certificata UNI PDR125:2022 per il proprio impegno nella parità di genere**, guidata da una donna, Lucia Forte, che rappresenta oggi una delle figure manageriali più significative del Sud Italia. Proprio il percorso dell'AD di Oropan, erede di una tradizione familiare che affonda le radici nella panificazione altamurana, incarna la capacità di unire la forza della storia alla spinta dell'innovazione.



Il valore della leadership femminile:

Dalla manualità sapiente che ha reso Altamura una capitale del pane, alla managerialità moderna che guida Oropan nei mercati internazionali, l'evento **Donne in Azione** è stato un momento di riflessione collettiva sulla capacità delle donne di integrare radici e futuro, esperienza e intuizione, disciplina e creatività.

Sul palco si sono alternate voci di autentica eccellenza, ciascuna testimonie di una leadership che supera stereotipi e barriere culturali:

- **Luisa Torsi** – Accademica dei Lincei, Professoressa di Chimica all'Università di Bari, Presidente ARTI: una scienziata che con la sua ricerca contribuisce al progresso globale.
- **Mena D'Antini** – Consigliera Nazionale di Parità, Ministero del Lavoro: punto di riferimento nazionale nelle politiche per l'equità.
- **Daniela Vinci** – CEO Masmec S.p.A. e Vicepresidente Federmecanica: esempio di imprenditoria tecnologica e visione industriale.
- **Maria Paola Stefanelli** – Comandante della Polizia Locale di Altamura: simbolo di integrità, sicurezza e servizio alla comunità.
- **Bianca Tragni**, insieme a **Maria Corvino Forleo**, autrice del libro *La donna che legge* presentato in apertura di convegno: un tributo al potere trasformativo della conoscenza.

A moderare il confronto, **Cristina Lazzati**, Direttrice di Mark Up e GdoWeek, che ha guidato il dialogo con sensibilità e profondità.

Tre messaggi per costruire il futuro

Dall'incontro sono emersi tre principi chiave, che Oropan ha fatto proprie e che continua a portare avanti con determinazione:

- **Osare il cambiamento** Perché innovare significa talvolta rompere schemi, altre volte reinterpretarli. Ma sempre significa avere il coraggio di guardare oltre.
- **Fare della conoscenza la risposta più potente** contro ogni pregiudizio. Cultura, formazione e consapevolezza sono gli ingredienti che nutrono una società più giusta e un'impresa più competitiva.
- **Perseverare con determinazione incrollabile.** La leadership autentica nasce da una visione chiara e dalla capacità di difenderla ogni giorno, con impegno e coerenza.

Il ruolo di Oropan: essere esempio, essere comunità

Oropan, da sempre voce attenta alle evoluzioni sociali e culturali del territorio, continua a promuovere modelli di leadership che valorizzino la diversità, l'inclusione e il talento. La certificazione UNI PDR125:2022 non è stata vista, quindi, come un traguardo, ma una responsabilità: quella di costruire un ambiente di lavoro equo, basato sul merito, e capace di offrire alle donne opportunità per esprimere appieno il proprio potenziale.

Per questo, l'intervento della nostra Amministratrice Delegata, Lucia Forte, ha rappresentato uno dei momenti più significativi dell'evento. Le sue parole hanno riecheggiato come messaggio dal forte potere alle nuove generazioni:

"Alle giovani donne dico: i vostri sogni hanno la dimensione giusta. Dategli sostanza con preparazione, visione e audacia."

Donne in Azione è stato più che un evento: è un impegno che Oropan rinnova ogni giorno. Nelle nostre persone, nelle nostre scelte strategiche, nel legame profondo con Altamura e con la cultura del pane, simbolo di condivisione e comunità.

Perché crescere significa, sempre, mettere in circolo valore.



EVENTI DI BUSINESS COMMUNITY

OROPAN OSPITA IL FORUM ESG E INNOVAZIONE SOSTENIBILE FORETHINKING

Oropan S.p.A. ha ospitato il **13 novembre** u.s. nella propria Sala Meeting di Altamura il secondo appuntamento del forum **“Filiera & Sostenibilità: il moltiplicatore della competitività – ESG e Innovazione Sostenibile”**, un momento di confronto che ha messo al centro ciò che davvero muove le imprese: **responsabilità, collaborazione e innovazione**.

L'iniziativa ha riunito **imprese, ricercatori e professionisti**, trasformando la filiera in un vero e proprio **ecosistema capace di generare valore misurabile**, con governance più solida, partnership consapevoli, processi più rapidi e un posizionamento di marca fondato sulla trasparenza. L'incontro ha registrato un'ampia partecipazione da parte di realtà aziendali e istituzionali.

Durante l'evento, l'azienda **ha illustrato** il proprio approccio alla gestione della filiera del grano duro pugliese, mettendo in evidenza come la certificazione ISCC PLUS e gli strumenti di tracciabilità avanzata **abbiano permesso** di costruire un modello orientato alla trasparenza e alla misurazione degli impatti. L'intervento **ha approfondito** anche le strategie di innovazione digitale, gli investimenti in efficienza energetica, l'evoluzione delle politiche ESG e le prospettive di sviluppo su scala internazionale.

Dal racconto dei casi industriali agli strumenti per leggere rischi e opportunità, il forum si è configurato come un laboratorio condiviso, dimostrando che la filiera diventa un vero vantaggio competitivo quando governance, relazioni e performance vengono integrate in maniera consapevole.

Oropan S.p.A. ha confermato così il proprio ruolo di impresa leader nella sostenibilità, capace di trasformare le scelte strategiche in **valore concreto per partner, comunità e mercato**.

Durante l'evento è stata presentata la **terza edizione dello Short Master “L'impresa responsabile: nuovi strumenti e competenze per la sostenibilità”**, promosso da Forethinking Srl SB in collaborazione con l'Università degli Studi di Bari e con il patrocinio del Gruppo Giovani Imprenditori Confindustria Bari-Bat. Il percorso formativo mira a fornire competenze pratiche per trasformare la sostenibilità in un reale moltiplicatore di competitività.



OROPAN E IL PROGETTO “NUTRIAMO IL CUORE”: PREVENZIONE, SALUTE E BENESSERE IN AZIENDA

Nei primi mesi del 2025, abbiamo presentato e condiviso i risultati del progetto “**NutriAMO il Cuore**”, attivato e presentato ad ottobre 2024, grazie alla collaborazione con lo SPeSAL e SIAN della ASL Bari.

Un progetto nato per promuovere la prevenzione cardiovascolare e ridurre i rischi tra i nostri dipendenti.

Grazie a tale screening i nostri collaboratori hanno avuto l'opportunità di valutare i principali fattori di rischio cardiovascolare e ricevere indicazioni pratiche per migliorare il proprio benessere.

Lo screening, effettuato ad ottobre del 2024, ha permesso di stimare la probabilità, per ciascun lavoratore, di andare incontro a un primo evento cardiovascolare maggiore (infarto o ictus) nei dieci anni successivi.

Ogni partecipante ha ricevuto un quadro chiaro della propria situazione, classificata per categoria di rischio (basso, medio, alto), insieme a indicazioni pratiche per la gestione e la prevenzione.

È stata data anche la possibilità, per chi lo avesse desiderato, di accedere a un percorso di counseling nutrizionale personalizzato, erogato dal SIAN, per acquisire corrette abitudini alimentari e migliorare la propria salute giorno dopo giorno.

In Oropan siamo fortemente convinti che, crescita e benessere, debbano camminare insieme. “**NutriAMO il Cuore**” è parte integrante del nostro percorso di welfare aziendale, allineato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che mette le persone al centro e promuove un equilibrio psicofisico duraturo.

Promuovere la salute, il benessere e la prevenzione crea un ambiente di lavoro più sano, positivo e produttivo, dove ogni persona può esprimere al meglio le proprie capacità.



OROPAN INAUGURA IL PRIMO CORSO DI YOGA PER I DIPENDENTI: BENESSERE, EQUILIBRIO E CONNESSIONE



Prendersi cura di sé è anche un modo per prendersi cura degli altri.

Con questa convinzione, Oropan ha lanciato il suo **primo corso di yoga gratuito per tutti i dipendenti**, nell'ambito del programma di welfare aziendale.

Un appuntamento settimanale dedicato al benessere, alla calma e alla concentrazione, pensato per offrire ai collaboratori uno spazio di respiro in mezzo agli impegni quotidiani.

Le lezioni sono condotte da Rosalba Nardiello, collaboratrice della Oropan e insegnante di yoga che, dopo l'esperienza televisiva in Boss in Incognito ha scelto di condividere la propria passione come gesto di gratitudine e unione verso la comunità Oropan.

La partecipazione al corso, si pone tra le finalità quelle di: alleggerire lo stress della vita quotidiana, far ritrovare equilibrio tra corpo e mente, creare un clima di benessere condiviso in azienda.

Una vera e propria esperienza di connessione.

Per un'ora, e-mail, scadenze e riunioni, vengono messe in pausa. Solo respiro, ascolto e presenza.

Un momento di connessione tra colleghi, un'occasione per rafforzare legami e creare armonia nel team.



OROPAN PRESENTA IL SUO CORTO STORICO D'IMPRESA “SAPORE DI RICORDI”

Regia e Sceneggiatura di Anteros Marra

Ci sono momenti capaci di lasciare un'impronta più profonda di qualsiasi numero o risultato. Tra questi, quello avvenuto a fine giugno al Teatro Piccinni di Bari, rappresenta per Oropan un passaggio significativo: un'occasione per guardare all'azienda da un punto di vista nuovo, riconoscendosi nel racconto della propria identità e del proprio patrimonio di valori.

Sul palcoscenico del Teatro Piccinni ha preso forma la narrazione di un'impresa che vede “**nel pane**” non solo un prodotto, ma una cultura viva, grazie alla Premiere del Corto storico Oropan “Sapore di Ricordi”, diretto da Anteros Marra.

La proiezione del corto è stata preceduta da una partecipata tavola rotonda che ha aperto uno spazio di riflessione su impresa, memoria, lavoro e futuro.

L'incontro è stato moderato dal giornalista **Antonio Procacci**, che ha guidato il dialogo con equilibrio e profondità, favorendo uno scambio autentico tra i relatori e il pubblico presente. Una tavola rotonda di voci autorevoli.

- **Maria Teresa Bellucci**, *Viceministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, che ha condiviso una visione chiara sul ruolo sociale dell'impresa e sulla centralità della dignità del lavoro, con un lungo video-messaggio;*
- **Michele Emiliano**, *Presidente della Regione Puglia, che ha ribadito il sostegno costante al tessuto imprenditoriale del territorio e alla sua capacità di innovare mantenendo salde le radici.*
- **Roberto Marti**, *Senatore della Repubblica e Presidente della settima Commissione Cultura, che ha richiamato l'importanza di valorizzare il patrimonio culturale come leva di sviluppo per il Paese.*
- **Onofrio Rota**, *Segretario Generale FAI CISL Nazionale, che ha riportato al centro il tema del lavoro come atto umano, artigianale, identitario.*
- **Mario Aprile**, *Presidente di Confindustria Bari e Bat, che ha sottolineato la visione di un'impresa capace di connettersi al territorio e, allo stesso tempo, di competere sullo scenario internazionale.*
- **Prof.ssa Maria Rosaria Napolitano**, *economista e studiosa dell'heritage marketing, che ha offerto una riflessione sul valore strategico della memoria d'impresa come strumento di sviluppo competitivo e culturale.*



Tale confronto ha reso evidente quanto le relazioni tra impresa, istituzioni, ricerca e comunità siano un patrimonio da coltivare: un ecosistema di dialogo che costruisce valore per tutti.

L'evento è stato sostenuto dai patrocini istituzionali di Regione Puglia, Comune di Altamura, Confindustria Bari e Bat, Club Cultura d'Impresa, Museimpresa e dal Consorzio per la Promozione e la Valorizzazione del Pane di Altamura DOP, testimonianza dell'importanza corale dell'iniziativa.

HERITAGE MARKETING ED EVENTI PER IL TERRITORIO

Heritage marketing: Trasformare la memoria in valore.

Con "Sapore di Ricordi", Oropan non ha raccontato un prodotto, ma un'identità. L'heritage marketing, infatti, non è nostalgia: è visione.

È la capacità di trasformare passato e memoria aziendale in valore contemporaneo. Perché è così importante?

- Rafforza l'identità aziendale. Mostrare la propria storia significa rendere visibile l'anima dell'impresa: le mani che lavorano, la cultura del pane, il legame profondo con la comunità.
- Crea un ponte tra passato e futuro. Conoscere le proprie radici dà senso al presente e direzione al domani.
- Genera valore culturale. Un'impresa che racconta la propria storia restituisce cultura al territorio, diventando parte attiva della comunità.
- Costruisce fiducia. In un mondo pieno di promesse, le storie autentiche sono gli strumenti più solidi per creare legami duraturi.
- Rende la marca memorabile. Un racconto condiviso rende il brand più forte, riconoscibile, emotivamente rilevante.

"Sapore di Ricordi" è, in questo senso, una dichiarazione d'intenti: Oropan si fa custode di memoria e agente di futuro.

Un flash mob che diventa racconto

La giornata ha avuto un prologo suggestivo: nel centro di Bari è apparso un bambino in bicicletta con il pane sulla spalla, simbolo autentico delle radici dell'azienda.

L'immagine ha voluto evocare direttamente il fondatore Vito Forte e i suoi inizi quando andava in bicicletta a ritirare le pagnotte dalle massaie, nel centro storico di Altamura.

Il flash mob ha voluto rappresentare questo legame tra passato e presente, tra memoria e comunità, anticipando il messaggio del cortometraggio.

La proiezione del Corto storico d'impresa Oropan è stato un viaggio narrativo partito da un antico forno di Altamura è arrivato fino ad oggi, portando con sè il profumo di un sogno costruito ogni giorno con determinatezza, visione e umanità. Non è solo la storia di un'azienda. È la storia di un territorio. È la storia di chi crede che il pane sia anche cultura, identità, futuro condiviso.

Raccontare per restituire

Raccontarsi è un atto di responsabilità. Significa trasformare un'impresa in un bene collettivo, in un ponte tra passato e futuro. Il progetto "Sapore di Ricordi" nasce proprio con questo spirito: restituire alla comunità il valore della memoria, dell'identità e della visione.



OROPAN PER LA GIORNATA MONDIALE DEL PANE INSIEME AD AEROPORTI DI PUGLIA: UNA PARTNERSHIP PER FAR VOLARE LA PUGLIA

Per gli italiani, il pane non è semplicemente un alimento: è memoria condivisa, ritualità quotidiana, identità culturale.

Per noi di Oropan celebrare il pane significa raccontare una storia che nasce ad Altamura e che, grazie al potere dell'heritage, oggi viaggia nel mondo trasformandosi in esperienza.

È proprio da questo legame profondo tra tradizione e innovazione che nasce **l'iniziativa realizzata in collaborazione con Aeroporti di Puglia per la Giornata Mondiale del Pane.**

Un progetto che ha fuso narrazione, sensorialità e territorio, trasformando gli aeroporti di Bari e Brindisi in veri e propri hub di incoming culturale ed emozionale: porte d'ingresso alla Puglia, ma anche trampolini di lancio che portano la Puglia nel mondo.

Giovedì 16 ottobre u.s., i passeggeri diretti verso capitali europee come Berlino, Amsterdam, Francoforte, Monaco, Memmingen e Ginevra sono stati accolti all'interno di un percorso emozionale ispirato al corto storico d'impresa Oropan "Sapore di Ricordi", realizzato dal regista pugliese Anteros Marra e dedicato alla storia del fondatore Vito Forte.

Ai varchi di sicurezza, **un giovane Vito in bicicletta** – come nel film – ha consegnato un ticket simbolico ai viaggiatori: un invito a entrare nella narrazione del brand, a scoprire da vicino la cultura del pane di Altamura, del Pane Forte.

Poco più avanti, alcune figuranti, già protagoniste del corto, hanno offerto, pane e pomodoro, rito semplice e autentico che è diventato assaggio di Puglia prima ancora dell'imbarco.

Al gate, questo viaggio sensoriale si è concluso incontrando il "Vito Forte adulto", che ha donato ai passeggeri una confezione di Pane Forte affettato da Pane di Altamura Dop: una autentica firma Forte.

Un gesto che ha trasformato un assaggio in un ricordo, un prodotto in un passaporto emotivo, un brand in un ambasciatore identitario del territorio.



HERITAGE MARKETING ED EVENTI PER IL TERRITORIO

Heritage marketing che si fa racconto

In un'epoca in cui turismo e cultura si intrecciano sempre più, l'iniziativa Oropan "A Flight into Taste" ha saputo dimostrare quanto l'heritage marketing possa essere leva strategica per valorizzare l'identità di un territorio. Il pane è diventato così linguaggio, simbolo e ponte narrativo: un modo per invitare il viaggiatore a tornare, per stimolare curiosità, per evocare la Puglia come terra di sapori, autenticità e ospitalità.

Lo confermano anche i numeri del settore: come rilevato dal rapporto internazionale Taste Tomorrow di Puratos, l'Italia è il secondo mercato europeo per la panificazione, con una domanda in crescita sia nel segmento del fresco che nel confezionato. Un contesto che premia chi, come Oropan, sa unire tradizione, innovazione e sostenibilità.

Parallelamente, la Giornata Mondiale del Pane ha segnato anche il ritorno televisivo dello spot dedicato al **Pane Fresco Forte, il primo pane fresco 100% grano duro pugliese ottenuto da filiera sostenibile certificata ISCC PLUS**.

Una scelta che testimonia la volontà dell'azienda di preservare la biodiversità, garantire zero deforestazione, tutelare i lavoratori e valorizzare il grano duro 100% pugliese – confermando come il futuro del pane possa essere, al tempo stesso, etico, buono e profondamente identitario.

"Il pane è un viaggio": la visione di Oropan

"In occasione della Giornata Mondiale del Pane, insieme ad Aeroporti di Puglia abbiamo voluto trasformare un semplice momento di attesa, prima del viaggio, in un'esperienza autentica. Il Pane di Altamura DOP diventa ambasciatore del territorio, simbolo identitario della nostra cultura e volano per un turismo enogastronomico che porta la Puglia nel mondo."

Lucia Forte, AD & CEO Oropan

Un ricordo da portare via

Negli aeroporti di Bari e Brindisi, oltre 20.000 viaggiatori hanno ricevuto una confezione di pane come regalo di viaggio. Un gesto semplice ma potentissimo: un pezzo di casa da portare con sé, un profumo che racconta una terra, un invito a tornarci. La Puglia che viaggia, la Puglia che accoglie, la Puglia che si fa esperienza.

Perché ogni viaggio merita di essere ricordato non solo per la destinazione, ma per le emozioni che lascia. E la storia di Oropan, ancora una volta, parte dal forno di Altamura per arrivare lontano: pane dopo pane, viaggio dopo viaggio, racconto dopo racconto.



OROPAN ACCOGLIE CON I SUOI PRODOTTI I PASSEGGERI DEL PRIMO VOLO NEW YORK-BARI

Un volo storico che ha collegato per la prima volta New York a Bari e Oropan ha voluto accogliere i viaggiatori con le sue Friselle Forte, simbolo di identità e ospitalità.

È atterrato alle ore 9:00 del 4 giugno scorso all'aeroporto "Karol Wojtyla" di Bari il primo volo diretto da New York, **operato dalla compagnia aerea Neos** in collaborazione con Aeroporti di Puglia. Si è trattato di un momento storico per la mobilità internazionale della regione, celebrato con un gesto che unisce tradizione, gusto e identità: **l'omaggio delle Friselle Classiche Forte, offerte da Oropan S.p.A.**, ambasciatrice del Made in Puglia nel mondo. Un collegamento che rappresenta non solo un ponte logistico tra due territori, ma anche un'opportunità concreta di sviluppo per il sistema economico pugliese.

Friselle Forte: accoglienza che parla di territorio e tradizione

Ad accogliere i viaggiatori alcune hostess che hanno dato "il benvenuti in Puglia" omaggiando Friselle Classiche Forte, preparate secondo l'antica ricetta altamurana con semola rimacinata 100% grano duro pugliese e lievito madre. Un prodotto semplice e autentico, capace di raccontare in un solo assaggio la cultura alimentare del territorio.

Le Friselle Forte si sono così trasformate in "messaggere di accoglienza", simbolo del calore e della genuinità che caratterizza la Puglia. Una scelta che ha reso l'arrivo a Bari un'esperienza immediatamente immersiva nella tradizione locale.

Oropan: eccellenza made in Italy nel mondo

La presenza di Oropan all'inaugurazione ha rappresentato una conferma del ruolo dell'azienda come ambasciatrice del gusto pugliese sui mercati internazionali. Attiva in 25 Paesi, con una distribuzione consolidata negli Stati Uniti – in particolare negli Stati di New York e New Jersey – Oropan continua a coniugare tradizione, innovazione e sostenibilità, valorizzando il patrimonio gastronomico pugliese al di fuori dei confini nazionali.

All'inaugurazione hanno partecipato il Presidente della Regione Puglia Michele Emiliano, il Presidente di Aeroporti di Puglia Antonio Maria Vasile, il Presidente di Oropan Vito Forte e l'AD Lucia Forte, insieme ai rappresentanti aeroportuali.



Il Presidente di Aeroporti di Puglia, Antonio Maria Vasile, ha sottolineato come l'iniziativa rafforzi il legame tra impresa e territorio:

"Il volo per New York rappresenta un'opportunità strategica per le imprese pugliesi, sempre più protagoniste sui mercati internazionali. Siamo particolarmente felici che Oropan abbia voluto caratterizzare un momento così significativo con un prodotto simbolo della nostra terra."

L'evento inaugurale ha trovato grande eco anche sui canali social di Pane Forte, con una diretta dedicata che ha permesso di rivivere in tempo reale l'arrivo del volo e l'emozione condivisa dai viaggiatori nel ricevere l'omaggio Oropan.

Le Friselle Forte non sono state semplicemente un dono, ma un messaggio: la tradizione che accoglie, il territorio che si presenta, l'identità che si rinnova ogni volta che incontra il mondo.

OROPAN SPONSOR E ATTORE DELLA KERMESSE LETTERARIA “IL LIBRO POSSIBILE”

PORTARE IL PANE NEL MONDO: QUANDO UN PRODOTTO DIVENTA CULTURA, IDENTITÀ E MEDITERRANEO

Cosa significa davvero portare il pane nel mondo? Significa far viaggiare un'eredità viva. Significa accompagnare, in ogni Paese, la memoria collettiva di un territorio millenario, quello di Altamura, dove l'arte della panificazione non è solo mestiere, ma un linguaggio identitario, un codice culturale tramandato per generazioni. Significa far riecheggiare, oltre i confini, la voce della Puglia: il suo calore umano, la sua fierezza, la sua capacità di trasformare semplicità e autenticità in un patrimonio universale.

Al festival **Il Libro Possibile**, insieme ad altri imprenditori pugliesi, abbiamo raccontato come un semplice prodotto naturale, semola rimacinata 100% grano duro pugliese, lievito madre, acqua e sale, possa diventare un'eccellenza internazionale. Ma la sua forza non risiede soltanto negli ingredienti: è il risultato di un processo più profondo, fatto di cultura materiale, conoscenza artigianale, innovazione tecnologica e visione globale.

Oropan oggi esporta questo patrimonio in oltre 25 Paesi, forte delle certificazioni BRC, IFS e della Medaglia di Bronzo EcoVadis per le performance ESG. Sono riconoscimenti che attestano qualità, sostenibilità e responsabilità, ma sono soprattutto la conferma di un modello industriale che ha saputo custodire la propria anima.

Durante la Kermesse, è stato presentato il Corto storico d'impresa e successivamente in un dibattito aperto al pubblico, presente in piazza, il giornalista Vincenzo Magistà ha posto alcune domande al regista del corto, Anteros Marra e ha dato vita ad un dibattito sul valore dell' HERITAGE MARKETING come potente strumento di diffusione di cultura del territorio, insieme al Presidente di Museimpresa Dott. Antonio Calabò e al Prof. Angelo Riviezzo, Co Founder and Partner Leaving Footprints e Professore Associato dell'Università del Sannio



HERITAGE MARKETING ED EVENTI PER IL TERRITORIO



L'impresa come comunità: radici locali, respiro globale

Durante la tavola rotonda su **“Imprenditoria pugliese nel mondo”**, abbiamo condiviso un’idea chiara: **internazionalizzare il pane significa internazionalizzare un’identità collettiva**. Significa offrire, sulle tavole del mondo, un’esperienza autentica della nostra terra.

Significa far viaggiare la cultura contadina, la semola di grano duro 100% pugliese, il lievito madre che Oropan rinfresca quotidianamente da quasi 70 anni, le storie delle persone che ogni giorno custodiscono questo patrimonio.

Ogni scelta produttiva — dalla filiera locale ai marketplace globali — è guidata da una responsabilità profonda: verso il territorio, verso i consumatori, verso le generazioni future.

Il pane è il nostro linguaggio universale.
È il mezzo con cui raccontiamo chi siamo.
È il nostro modo di portare Altamura e la Puglia nel mondo, non solo come eccellenze agroalimentari, ma come luoghi di cultura, di identità, di Mediterraneo.

Oropan è questo: un’impresa industriale che resta comunità, un produttore che resta narratore, un’azienda che cresce senza mai smettere di essere casa.



HERITAGE MARKETING ED EVENTI PER IL TERRITORIO

OROPAN AL FIANCO DELLA RIEVOCAZIONE STORICA “FEDERICUS” AD ALTAMURA TRADIZIONE CHE VIVE, IDENTITÀ CHE SI RINNOVA.



Il 25 aprile u.s. Altamura è tornata, come ogni anno, a vestirsi di storia con il Federicus – Corteo Medievale, e Oropan è stata ancora una volta parte attiva di questo grande racconto collettivo.

Per noi, non si è trattato solo di sostenere un evento: è stato un modo per ribadire il legame profondo con la nostra città, con le sue radici e con quella cultura del pane che da secoli anima la comunità altamurana.

Federicus non è soltanto una festa: è la memoria che prende vita, è il passato che cammina tra le vie, è l'essenza di Altamura che si mostra in tutta la sua autenticità.

Un patrimonio identitario che Oropan abbraccia e racconta ogni giorno attraverso il Pane Forte, prodotto simbolo e orgoglio del territorio.

Essere sponsor ufficiali del Federicus significa accompagnare la città in un viaggio nel tempo, dove il pane, alimento, rito, tradizione, torna protagonista come emblema di condivisione e appartenenza.

In tale occasione, il nostro Museo del Pane di Vito Forte è diventato elemento di attrazione per vivere insieme emozioni, profumi e storie che continuano a ispirarci e che rendono Altamura il cuore pulsante del nostro essere azienda.



PANE FORTE TORNA IN TV: SOSTENIBILITÀ, AUTENTICITÀ E GUSTO IN PRIMA SERATA SULLE RETI MEDIASET

Il 19 ottobre u.s., il Pane Fresco Forte ha debuttato in televisione con una pianificazione nazionale sulle reti Mediaset, portando il messaggio della nostra filiera sostenibile e certificata direttamente nelle case degli italiani.

Il nuovo spot racconta un prodotto che trasforma la sostenibilità in vantaggio competitivo, rafforzando l'immagine del brand e rispondendo alle esigenze di un consumatore evoluto, attento alla qualità, all'origine e all'impatto delle proprie scelte. Il vero protagonista? Il consumatore consapevole.

Ogni scena celebra chi sceglie con attenzione: un gesto semplice ma potente, che unisce autenticità, maestria e benessere.

TRADIZIONE, TERRITORIO, INGREDIENTI AUTENTICI

Il Pane Forte nasce da lievito madre e 100% grano duro pugliese da filiera certificata, racchiudendo in ogni fetta:

- **L'attenzione alla terra**
- **Il rispetto per chi la coltiva**
- **L'impegno per un futuro sostenibile**

Un racconto che profuma di verità. È la storia di mani che impastano, di tempo che lievita, di valori che durano.



BRAND AWARENESS

PANE FORTE SULLA PIATTAFORMA URKAH!

I nostri prodotti **“Pane Fresco Forte da Filiera Sostenibile Certificata”** e le **Friselle Forte** sono stati inseriti nella piattaforma Urkah!, la piattaforma che rivoluziona il rapporto tra brand e consumatore, offrendo un’esperienza digitale attiva, misurabile e premiata.

Questa iniziativa segna un passo strategico nell’evoluzione del nostro dialogo con i clienti: non portiamo solo un pane di qualità, sostenibile e certificato sugli scaffali, ma scegliamo un nuovo modo di interagire con chi lo acquista, valorizzando la relazione diretta, la conoscenza dei comportamenti e la fidelizzazione attraverso un sistema moderno e coinvolgente.



Come funziona Urkah!

- **I consumatori carcano lo scontrino dei loro acquisti direttamente sull’app.**
- **Ricevono punti convertibili in buoni Amazon, spesa, carburante, gift card o premi fisici.**
- **Il brand fidelizza e valorizza l’acquisto, creando un dialogo attivo e misurabile.**

Per noi di Oropan S.p.A., questa presenza su Urkah! non è solo un nuovo canale, ma una scelta strategica: trasformare l’acquisto **in un ingaggio continuativo**, ascoltare, imparare e interagire direttamente con le persone che scelgono ogni giorno il nostro pane.

Questa iniziativa per il brand Forte ha significato:

- **valorizzare la filiera sostenibile e certificata;**
- **creare un’esperienza di engagement attiva e moderna;**
- **rendere il consumatore protagonista del nostro racconto.**

Urkah! è stata, altresì, un’occasione concreta per rafforzare la brand equity Forte, comprendere meglio i comportamenti d’acquisto e consolidare la relazione con i clienti, unendo innovazione digitale e autenticità del prodotto.

Un progetto sperimentale che già racconta chi siamo: un’azienda che innova senza perdere le proprie radici, portando la tradizione e la qualità del pane pugliese nel futuro del consumo digitale.

EVENTI E FIERE

OROPAN ALLA FIERA ANUGA



Ad ottobre scorso, in coerenza con il piano strategico di internazionalizzazione Oropan ha partecipato ad una delle più importanti fiere di settore, nell'ambito Food & Beverage a Colonia: **ANUGA**. Un luogo dove abbiamo potuto affermare la nostra vocazione alla tradizione, innovazione e sviluppare, nel contempo, importanti relazioni internazionali.

Ogni incontro è stato un frammento del nostro racconto: autenticità che unisce, maestria che si tramanda e benessere che si condivide.

Energia, nuovi incontri, partnership consolidate e grandi opportunità di business hanno confermato il nostro percorso di crescita internazionale.

Il pubblico globale ha accolto con entusiasmo le nostre novità di prodotto, in particolare:

- **La ciabatta Mediterranea 300g con olive Leccino e verdi, preparata con semola rimacinata di grano duro e lievito madre Forte.**
- **La rinnovata range di ciabattine da 100g e 50g, con maggiore idratazione per una esperienza di gusto più croccante e leggera.**

Prodotti che fanno dialogare la tradizione pugliese con l'innovazione sostenibile, rispondendo alle richieste dei mercati più esigenti, sempre più attenti a origine, autenticità e responsabilità ambientale.



EVENTI E FIERE

OROPAN ALLA FIERA PLMA

(PRIVATE LABEL MANUFACTURERS ASSOCIATION)



Nel 2025 Oropan ha partecipato, per la prima volta, con un proprio stand alla fiera PLMA di Amsterdam, uno degli appuntamenti internazionali più rilevanti dedicati al mondo delle Private Label. Un'occasione strategica per portare nelle panetterie di tutto il mondo il meglio della tradizione pugliese, coniugata con un approccio innovativo e sostenibile.

Ancora una volta il team export ha colto importanti opportunità di partnership, rafforzando il percorso di sviluppo sui mercati internazionali e presentando le linee di prodotto Oropan, pensate per valorizzare e rendere distintivi i banchi del reparto Bakery in ogni Paese.

La partecipazione al PLMA è stata una conferma dell'impegno di Oropan nella diffusione della cultura del pane di qualità, attraverso soluzioni che uniscono autenticità, sostenibilità e innovazione, capaci di rispondere alle esigenze dei mercati internazionali più esigenti.



OROPAN PER LA RICERCA

OROPAN AL FIANCO DI AIRC UN PICCOLO GESTO, CHE FA LA DIFFERENZA.

Quest'anno, Oropan ha voluto consolidare e rafforzare la partnership con AIRC a supporto della ricerca contro il cancro. Per tale motivo, 3 sono state le attività che ci hanno visti coinvolti.

Pasqua:

La Pasqua porta con sé un messaggio universale di **rinascita e speranza**. In Oropan, abbiamo voluto trasformare questo messaggio in un gesto concreto, donando a ciascun collaboratore un Uovo per la Ricerca AIRC, un simbolo che unisce gioia, attenzione e impegno verso il futuro di tutti. Sostenere la ricerca oncologica significa, per Oropan, prendersi cura non solo del benessere del nostro team, ma anche di quello della comunità.



Festa della mamma:

In occasione della **Festa della Mamma**, Oropan ha scelto di donare ad ogni dipendente una **"Azalea della Ricerca"** AIRC, simbolo di cura, speranza e impegno nella lotta ai tumori femminili. Un piccolo gesto capace di ricordarci che il futuro si costruisce ogni giorno, coltivando valore e attenzione.



Natale:

Anche il **Natale** diventerà occasione per guardare oltre: quest'anno all'interno del tradizionale regalo aziendale a tutti i dipendenti e stakeholder sarà inserito, in continuità a quanto già fatto l'anno scorso, **una confezione di Cioccolatini Venchi in edizione natalizia a favore di AIRC**. Un dolce simbolo di solidarietà e responsabilità condivisa, un invito a ricordare che il lavoro più grande è quello che facciamo per gli altri.

Ogni cioccolatino, ogni uovo, ogni azalea racconta la stessa storia: un gesto piccolo, capace di fare una grande differenza. È la testimonianza che, insieme, possiamo sostenere la ricerca, alimentare la speranza e contribuire a un futuro in cui il cancro sia sempre più curabile.

Per il 2026, la partnership con AIRC si consoliderà con una attività donativa di Oropan, volta a finanziare una borsa di studio per un ricercatore del valore di 25.000,00€.

Tale attività sarà accompagnata anche con una campagna di sensibilizzazione alle donazioni per la ricerca, on pack su molti dei prodotti Oropan S.p.A..

Oropan e AIRC: un impegno quotidiano che unisce lavoro, cura e solidarietà.

OROPAN PER LA RICERCA

OROPAN SOSTIENE “UN PIANOFORTE PER LA RICERCA”

A gennaio scorso, via Argiro, nel cuore di Bari, si è trasformata in una vera e propria sinfonia di solidarietà in occasione della **settima edizione di “Un Pianoforte per Strada”**, la maratona musicale organizzata da FPS – Arte e Cultura. Dalle 9.00 alle 21.00, una giornata interamente dedicata alla musica che ha riunito artisti, istituzioni, volontari e cittadini, dando vita a un evento capace di coniugare cultura, partecipazione e responsabilità sociale.

Oropan ha scelto di essere, ancora una volta, presente e di sostenere l'iniziativa, riconoscendo il valore della musica come linguaggio universale e della solidarietà come impegno condiviso.

L'evento, che ha visto la partecipazione attiva del Viceministro della Giustizia Francesco Paolo Sisto, ha, ancora una volta, rappresentato un esempio virtuoso di comunità che si mobilita per un obiettivo comune: trasformare “LE NOTE” in un gesto concreto di aiuto.



Musica che diventa cura

Il ricavato di questa edizione è stato destinato al Reparto di Oncologia Pediatrica del Policlinico di Bari, guidato dal dott. Nicola Santoro, realtà d'eccellenza che ogni giorno si dedica alla cura e al sostegno dei piccoli pazienti e delle loro famiglie.

A dare voce alla giornata anche le associazioni **Agebeo, Apleti ETS e La Culla di Spago**, impegnate nella sensibilizzazione sull'importanza della prevenzione e nel portare conforto attraverso attività di accompagnamento e supporto psicologico. I loro volontari hanno animato spazi e momenti dedicati ai bambini, creando un clima di accoglienza e vicinanza.

Una città che suona all'unisono

L'evento ha offerto un palcoscenico ricco di esibizioni, spaziando dalla musica classica al jazz, dai cori polifonici alle performance moderne. Tra i protagonisti, il Coro del Faro, diretto dal Maestro Paolo Lepore, le Sister Queens e numerosi altri artisti che hanno donato musica, tempo ed energia per sostenere la causa.

Il coinvolgimento della comunità e la partecipazione del mondo culturale hanno confermato il valore profondo di iniziative come questa: occasioni in cui la città si ritrova unita, e in cui l'impresa può contribuire con responsabilità e vicinanza al territorio.

Con la presenza a “Un Pianoforte per la Strada”, Oropan rinnova il proprio impegno nel sostenere progetti che mettono al centro la persona, la cultura e la solidarietà, rafforzando il legame con la comunità e il territorio.

PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA DURANTE LA CERIMONIA DI ASSEGNAZIONE DEL CORPORATE HERITAGE AWARDS



Oropan ha partecipato alla quinta edizione dei **Corporate Heritage Awards**, tenutasi a Roma durante la XXIII Settimana della Cultura d'Impresa.

Il riconoscimento, ideato da Leaving Footprints – consulting factory impegnata nella valorizzazione del patrimonio culturale d'impresa e spin-off accademico dell'Università del Sannio e dell'Università di Napoli "Parthenope" – **ha posto l'attenzione** sull'importanza della narrazione identitaria e sulla capacità delle imprese di trasformare la propria storia in un asset strategico.

Il tema centrale dell'edizione 2025 **ha riguardato** il Corporate Heritage Food, focalizzato sul valore gastronomico e sulle tradizioni culinarie come elementi fondativi dell'identità dei territori italiani.

In questo contesto Oropan **è stata premiata** vedendosi riconosciuta la nomination nella categoria "Narrazione attraverso parole, immagini e suoni" grazie al cortometraggio storico d'impresa "Sapore di Ricordi", diretto da Anteros Marra.

Il progetto filmico ha ripercorso la storia dell'azienda intrecciandola con le radici del fondatore Vito Forte e con la tradizione panificatoria altamurana. Le immagini hanno mostrato il percorso umano e professionale del fondatore, dagli anni dell'infanzia fino ai primi passi come garzone nel forno medievale di Altamura, per arrivare all'acquisto e alla gestione della sua bottega nel 1973, preludio alla nascita di Oropan.

La candidatura **ha confermato** il valore del patrimonio culturale aziendale come strumento di legame con la comunità, valorizzazione del territorio e promozione dell'identità del Pane di Altamura.

PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL BEST MANAGED COMPANIES AWARD DI DELOITTE PRIVATE

Oropan è **stata selezionata** tra le 72 eccellenze italiane premiate da Deloitte Private nell'ambito dell'**ottava edizione del Best Managed Companies Award**, un riconoscimento rivolto alle imprese che si distinguono per solidità gestionale, cultura organizzativa, visione strategica, innovazione e sostenibilità.

Il premio ha rappresentato una conferma del percorso aziendale orientato alla creazione di valore attraverso la combinazione di innovazione responsabile, identità territoriale e attenzione alle persone. La valutazione ha considerato la capacità dell'impresa di unire strategia e cultura, di mantenere coerenza tra radici e sviluppo e di costruire un modello di crescita capace di incidere positivamente sui territori e sulle comunità.

L'inserimento tra le Best Managed Companies **ha valorizzato** un cammino caratterizzato da visione di lungo termine, investimenti strutturati e un approccio gestionale orientato alla trasparenza e alla creazione di valore condiviso.



PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON PREMIO "DI PADRE IN FIGLIO"

In un contesto nazionale dominato dalle candidature del Nord Italia (62%) e del Centro (14%), **Oropan** - azienda del Sud che ha saputo emergere nel Food di qualità - **ha conquistato il Premio "Di padre in figlio" nella categoria Fratelli al comando.**

Un risultato che non rappresenta solo un traguardo, ma un simbolo: l'affermazione dell'eccellenza meridionale all'interno del panorama agroalimentare italiano.

In questo premio, crediamo si sia condensato tutto il nostro essere:

C'è la nostra storia. Ci sono i nostri occhi emozionati.

C'è la famiglia, e c'è il fare impresa: radici profonde, lavoro quotidiano, visione condivisa. Alla base, un amore sincero e instancabile per ciò che facciamo. È il riconoscimento della nostra storia fatta di passione e continuità: la storia di Oropan.

Essere riconosciuti come benchmark di innovazione e sostenibilità, capaci di tramandare un sapere antico e trasformarlo in un modello contemporaneo, significa raccontare un'impresa che vive nella continuità: affidabile, solida, radicata nel passato e orientata al futuro.

Una storia che ha avuto inizio nel 1956, quando Vito Forte, attuale Presidente di Oropan S.p.A., appena tredicenne, entra in uno dei forni medievali di Altamura **con una missione chiara e visionaria: portare nel mondo la cultura della sua terra attraverso il pane.**

I suoi figli, Lucia, Francesco e Daniele hanno saputo accogliere questa eredità con gratitudine e responsabilità, unendo la maestria artigiana ricevuta dal fondatore Vito Forte, loro padre, a una visione manageriale capace di traghettare l'azienda verso una crescita solida, sostenibile e internazionale.

Oggi Oropan è una S.p.A. leader dell'agroalimentare italiano, presente in 25 Paesi, con una crescita del +64% dei ricavi lordi (2020-2024): numeri che raccontano una visione, ma soprattutto una squadra.

Innovazione e tradizione. Locale e globale. Famiglia e impre-



sa. Quelli che sembrano opposti, in realtà, sono l'essenza stessa di Oropan S.p.A.: un'impresa che cresce restando fedele alle proprie radici, portando nel futuro il valore più prezioso della sua storia.

La motivazione del Premio è stata:

"Vince nella categoria Fratelli al comando Oropan S.p.A. per aver saputo coniugare la lungimiranza del fondatore Vito Forte — che rilevò in prima persona uno dei più antichi forni di Altamura — con una strutturata e ponderata attribuzione dei ruoli ai fratelli Lucia, Francesco e Daniele, oggi alla guida dell'azienda. Il passaggio generazionale, formalizzato nel 2018, ha portato a una riorganizzazione della governance societaria con transizione a un organo collegiale: Lucia AD, Francesco Vicepresidente e Daniele Direttore Tecnico, capaci di raddoppiare la marginalità negli ultimi tre esercizi".

Questo Premio celebra un percorso costruito su tre leve strategiche che ci guidano ogni giorno:

- **Innovazione responsabile e sostenibilità.**
- **Espansione internazionale.**
- **Cultura d'impresa orientata alle persone, alla governance e all'etica.**

PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL “I FIGLI CHE ONORANO I PADRI E LE MADRI”

Oropan è stata selezionata tra le 100 aziende italiane premiate da Capital nel progetto “I Figli che onorano i Padri e le Madri”, **un'iniziativa che valorizza le realtà capaci di trasformare un'eredità familiare in visione, responsabilità e futuro.**

Il premio racconta le imprese che hanno saputo affrontare uno dei momenti più complessi nella loro evoluzione: il cambio generazionale.

Ad Oropan è stato riconosciuto come, tale passaggio generazionale sia avvenuto, in continuità: custodendo le proprie radici; senza fermarsi ad esse ma rinnovarle con coraggio; guidando l'azienda verso nuovi orizzonti. Sempre mantenendo vivo il legame con la storia, da cui tutto ha avuto origine.



PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL BEST VALUE AWARD 2024

È stato per noi un onore ricevere, nuovamente, per il secondo anno consecutivo, il **Best Value Award 2024**, un riconoscimento che premia non solo i risultati economici, ma la visione strategica e la solidità del nostro percorso. Siamo stati insigniti del premio nella **categoria Leone**, dedicata alle aziende con valore superiore ai 100 milioni di euro, e — novità di quest'anno — anche nella **categoria Rinoceronte**, che celebra le realtà dotate di una governance evoluta e di un modello di crescita capace di garantire continuità, sostenibilità e resilienza nel tempo. Un doppio riconoscimento che racconta la nostra identità: radici solide, strategia chiara, crescita responsabile.

Questo Award nasce da un'analisi approfondita su oltre **15.000 aziende pugliesi**, selezionando le imprese che si sono distinte per performance, sviluppo e sostenibilità. Essere tra i vincitori significa rappresentare un punto di riferimento per il territorio e per il settore agroalimentare nazionale.

Dati che confermano un principio per noi irrinunciabile: **costruire valore non è solo un obiettivo aziendale, ma un dovere verso il territorio e verso le comunità che lo abitano.**



PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL PREMIO INDUSTRIA FELIX



Nel corso del 2025 Oropan **ha ricevuto** il Premio Industria Felix come **Miglior impresa a conduzione femminile** della Puglia per performance gestionale e affidabilità finanziaria. La selezione è stata effettuata attraverso un algoritmo che ha analizzato circa 700.000 società di capitali italiani, valutando indicatori oggettivi quali redditività, solidità finanziaria, sostenibilità del rapporto tra oneri finanziari e MOL e variazione del personale.

Il riconoscimento ha messo in luce il ruolo della leadership femminile in azienda e la capacità di garantire continuità, competitività e visione strategica nel tempo.

Il premio ha confermato l'impegno dell'azienda nel coniugare etica, innovazione e sostenibilità come elementi fondamentali della crescita.

Essere premiati in un contesto così autorevole è un segnale chiaro: **la buona impresa è quella che cresce con equilibrio, visione e responsabilità**.

Un risultato che ci incoraggia a continuare a investire in: competitività, governance trasparente, sviluppo sostenibile, con l'obiettivo di generare valore duraturo per il territorio, per i collaboratori e per tutti i nostri partner.

PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL PREMIO INDUSTRIA FELIX ESG

Oropan è risultata tra le migliori imprese italiane per sostenibilità e affidabilità finanziaria secondo le valutazioni della Cerved Rating Agency **nell'ambito del premio Industria Felix ESG** – L'Italia sostenibile che compete.

Il riconoscimento **ha evidenziato** la capacità dell'azienda di adottare un modello rigenerativo che trasforma ogni impatto in valore, operando su tre dimensioni: territorio, ambiente e persone.

La valutazione **ha preso in considerazione** dati oggettivi relativi a governance, welfare, responsabilità sociale e ambientale, confermando il ruolo dell'impresa come esempio di sviluppo sostenibile nel panorama nazionale.



PREMI E RICONOSCIMENTI

BRAND AWARDS 2025 NEW ENTRY DELL'ANNO



Oropan ha ottenuto un importante riconoscimento ai **Brand Awards**, dove il prodotto **Pane Fresco Forte 100% Grano Duro Integrale Pugliese con semi di lino e girasole 250g da filiera sostenibile e certificata** è stato premiato come **New Entry dell'anno**.

Il risultato ha evidenziato il grande apprezzamento dei consumatori, che in soli tre mesi hanno contribuito a portare il nuovo prodotto al terzo posto tra gli item più venduti della linea **Pane Fresco Forte** da filiera sostenibile e certificata ISCC PLUS.

La vittoria **ha confermato** la solidità di un progetto basato su gusto, qualità degli ingredienti, sostenibilità e trasparenza della filiera.



PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN E PANE FORTE PREMIATE CON L'ITALIAN FOOD AWARDS AD ANUGA 2025

Oropan ha conquistato gli **Italian Food Awards 2025** ad **Anuga**, la più grande e autorevole fiera internazionale del food & beverage: un palcoscenico globale dove **innovazione e tradizione** si incontrano e si disegna il futuro del cibo.

Ricevere questo premio va oltre il semplice riconoscimento: significa entrare a far parte di un'élite che rappresenta con orgoglio l'eccellenza del Made in Italy nel mondo. Per Oropan, è la conferma che innovazione, sostenibilità e autenticità — i valori che guidano ogni nostra scelta — continuano a essere apprezzati a livello internazionale.

Agli Italian Food Awards 2025, il premio è arrivato come **risultato di un impegno corale**: donne e uomini che ogni giorno mettono **passione, competenza e visione** nel proprio lavoro, contribuendo a portare nel mondo la migliore tradizione della panificazione italiana.

Pane Forte, simbolo della nostra terra e della nostra maestria, rappresenta il perfetto equilibrio tra tradizione millenaria e innovazione sostenibile, raccontando la storia di Oropan e della Puglia a chi ci osserva oltre confine.

Autenticità, sostenibilità, innovazione: valori che non enunciamo solo con parole, ma con fatti concreti, portando l'eccellenza italiana sulle tavole di tutto il mondo.



PREMI E RICONOSCIMENTI

OROPAN PREMIATA CON IL PREMIO **DOLCISALATI & CONSUMI** AWARD 2025



Oropan ha ricevuto il **DolciSalati & Consumi Award 2025** nella categoria **"Miglior campagna stampa Trade"** con il progetto Il primo pane fresco da filiera sostenibile certificata, presentato durante l'edizione della fiera **TuttoFood 2025**, svoltasi a Milano.

La campagna ha **valorizzato** il pane fresco di semola rimacinata di grano duro 100% pugliese da filiera sostenibile certificata ISCC PLUS, mettendo in evidenza non solo le scelte produttive, ma anche l'impegno verso un modello responsabile e attento alla sostenibilità ambientale e sociale.

Il premio ha riconosciuto la coerenza tra comunicazione, contenuto e strategia aziendale: un racconto che parte dal campo e arriva alla tavola, attraverso una filiera trasparente e certificata.

OROPAN E BOSS IN INCOGNITO

OROPAN PROTAGONISTA DELLA PUNTATA DEL REAL- DOCUMENTARIO “BOSS IN INCOGNITO”

Cosa accade quando un’impresa si guarda allo specchio attraverso gli occhi di chi lavora ogni giorno?

Il 29 settembre u.s., alle 21:20 su Rai 2, abbiamo avuto l’opportunità di scoprilo con la partecipazione al programma “Boss in Incognito”, un docu-reality che racconta le storie di imprenditori pronti a vestire un’identità diversa per vivere da vicino il lavoro dei propri collaboratori.

Un’occasione di vicinanza e ascolto

Per la nostra Amministratrice Delegata & CEO di Oropan, partecipare a “Boss in Incognito” non è stata una semplice esperienza televisiva: è stato un vero e proprio esercizio di leadership. Travestita da operaia, con la tuta addosso e le mani nella farina, ha affiancato i collaboratori nei diversi reparti, vivendo da vicino il ritmo delle linee produttive, la precisione dei gesti quotidiani e l’impegno costante di ciascun membro della squadra.

“Ho ascoltato storie di sacrifici e speranze, e ho visto che Oropan non è fatta solo di prodotti e numeri, ma di persone vive, con anime e cuori”, ha raccontato Lucia Forte.

Una consapevolezza che rafforza la missione dell’azienda: valorizzare le persone, il loro lavoro e il legame con la comunità.

Una serata per condividere emozioni ed orgoglio

L’evento è stato pensato per andare oltre lo schermo. Per permettere a tutti i dipendenti di vivere insieme questa esperienza di vita aziendale, Oropan ha organizzato una **serata speciale di visione collettiva**, trasformando il programma in un momento di condivisione aziendale e di rafforzamento dello spirito di squadra. Guardarsi in TV ha significato riconoscersi nelle storie degli altri, celebrare i successi quotidiani e rafforzare un senso di appartenenza unico: **Ci siamo visti davvero: non come operai o colleghi, ma come persone con sogni, fragilità e forza. Questo lavoro è più grande di noi: è memoria che diventa futuro.**



Leadership autentica: imparare facendo un passo indietro

Dietro la scelta del travestimento non c’è stata solo curiosità, ma un vero e proprio atto di responsabilità manageriale. La partecipazione a “Boss in Incognito” ha permesso a Lucia Forte di osservare l’azienda senza filtri, di mettersi in discussione e di entrare in relazione diretta con le persone, abbattendo barriere e costruendo fiducia.

“Essere un Boss autentico non significa stare sempre in cima: significa saper fare un passo indietro per camminare insieme agli altri, ascoltare, capire, guidare con empatia”, (cit. Lucia Forte)

OROPAN E BOSS IN INCOGNITO

Employer branding e cultura d'impresa

Oropan ha trasformato questa esperienza in uno strumento di **employer branding e di cultura aziendale**: raccontare la vita quotidiana dell'azienda attraverso gli occhi della proprietà crea fiducia, rafforza la motivazione e rende visibile un modello di leadership inclusivo, umano e vicino ai collaboratori.

È stata testimonianza concreta di **leadership autentica, di vicinanza tra proprietà e lavoratori, di trasparenza**, e di un modello di impresa che non teme di "sporcarsi le mani".

Mettere la l'AD&CEO "in produzione", come se fosse una nuova assunta, ha voluto trasferire un messaggio forte: la direzione aziendale non è lontana dai suoi collaboratori, non è solo numeri e riunioni, ma comprende sacrificio, fatica, quotidianità. L'esperienza ha anche permesso di far emergere storie individuali dei dipendenti, momenti di dedizione e piccoli gesti che quotidianamente costruiscono valore e qualità. Dalla precisione nella lavorazione del Pane di Altamura DOP, alle cure nella produzione dei prodotti della Linea Forte, ogni gesto è, ogni giorno, parte di un racconto più grande: quello di Oropan, un'impresa che unisce tradizione, innovazione e persone.



Un momento di vita Oropan

La puntata di "Boss in Incognito" è diventata così un simbolo di ciò che Oropan rappresenta: non solo un'eccellenza nella panificazione, ma una **famiglia fatta di persone reali**, guidata da un Boss che sceglie di mettersi al loro fianco, anche quando nessuno lo riconosce.

Un'esperienza che non si esaurisce con la messa in onda televisiva, ma che diventa **testimonianza di valori**, motore di coesione interna e stimolo a continuare a crescere insieme: un racconto di autenticità, resilienza e orgoglio condiviso, da vivere ogni giorno all'interno dell'azienda.



Quando il "dietro le quinte" diventa visione di impresa:

Lucia Forte ha svolto diversi ruoli: con **Vito** ha imparato a fare la croce che contraddistingue il tradizionale pane di Altamura; con **Nunzio** ha messo le mani nell'impasto per la produzione del Pane DOP; con **Roy** ha affiancato le attività di affettamento e confezionamento; con **Rosalba** ha collaborato nella pulizia delle linee e dei macchinari. Accanto a lei, in "incognito", anche il ballerino Samuel Peron — chiamato a contribuire alle attività di farcitura delle focacce insieme alla dipendente, **Lucia Pia**.

Per tutti i coinvolti, la settimana di riprese è stata vissuta come una normale attività aziendale. Ai lavoratori era stata comunicata l'idea di filmare un ipotetico nuovo programma chiamato "Job Deal". Solo alla fine delle riprese è stato svelato loro, ciò che realmente accaduto.

Le storie dei dipendenti coinvolti — Vito, Roy, Nunzio, Rosalba — sono state, testimonianze concrete del lavoro che ogni giorno garantisce qualità, tradizione e continuità.

In questo modo, Oropan ha, in maniera naturale, rafforzato il proprio **employer branding**: diventando luogo di lavoro desiderabile, testimoniato anche da numerose mail e lettere ricevute da persone che hanno seguito la puntata, da tutte le parti d'Italia, dove, la dignità delle persone è riconosciuta e leadership e umanità si incontrano.

OROPAN E BOSS IN INCOGNITO



Umanizzazione della proprietà, coesione di squadra, racconto d'impresa

“Boss in Incognito” ha offerto a Oropan l’opportunità di restituire visibilità al valore intangibile che spesso resta nascosto: quello delle persone.

Persone con nomi, storie, mani e cuori.

Ha ricordato che dietro ogni pagnotta, ogni confezione, ogni crudo dato statistico, c’è l’impegno di uomini e donne. E che un’azienda non è fatta soltanto di processi e prodotti, ma di comunità, relazioni, rispetto e fiducia reciproca. È così che l’esperienza in incognito ha trasformato un’operazione mediatica in **un atto di fiducia e trasparenza**, in uno strumento concreto di coesione interna e di rafforzamento della cultura d’impresa di Oropan.

Dopo questa esperienza siamo certi che, molti guarderanno una confezione di pane Oropan, e non vedranno più solo un prodotto. Vedranno in maniera più chiara, il filo che unisce Altamura al mondo, il sacrificio quotidiano dei collaboratori, la determinazione di una leadership che sa ascoltare, capire, valorizzare.

Con “Boss in Incognito”, abbiamo scelto di “metterci la faccia”, di rendere visibile ciò che normalmente resta dietro le quinte. Perché crediamo che un’impresa che cresce davvero è quella che cresce insieme a chi la vive ogni giorno. E che non dimentica che, alla fine, il valore più grande non è nel pane che produciamo, ma nelle mani e nei cuori di chi lo fa diventare parte della vita degli altri.



INTERNAZIONALIZZAZIONE

DALLE REPUBBLICHE BALTICHE ALLA REPUBBLICA CECA: **IL VIAGGIO DEI PRODOTTI FORTE NEI MERCATI INTERNAZIONALI**

Anche nell'anno che volge ormai al termine, il progetto d'internazionalizzazione della Oropan S.p.A ha contribuito alla missione e crescita aziendale, facendo realizzare un **ottimo risultato** con oltre il 10% di crescita del fatturato, periodo Gennaio - Novembre 2025 rispetto al precedente anno. Questo risultato acquista maggior valore avendolo conseguito in un momento piuttosto complicato dal punto di vista geopolitico globale e testimonia quindi la capacità di selezionare ed avviare relazioni con partner commerciali in modo virtuoso. I prodotti Oropan S.p.A. sono attualmente commercializzati in **25 mercati** a livello globale.

Coerentemente alla strategia in essere, anche nel 2025 è continuata l'azione di **consolidamento del mercato europeo**, roccaforte dell'export agroalimentare italiano dove si concretizza il 60% delle esportazioni nazionali. Le azioni di sviluppo poste in essere hanno permesso ad Oropan S.p.A. di rafforzare le proprie quote di mercato nel Vecchio Continente, in particolar modo in **Germania, Belgio ed Irlanda**. Tale consolidamento si arricchisce di una nuova partnership che ha permesso di entrare con successo in nuovi mercati come la **Slovacchia e la Repubblica Ceca**.

Tale consolidamento ha anche riguardato l'area nord dell'Europa ed in particolar modo le **Repubbliche Baltiche**. L'azienda ha, infatti, creato una collaborazione con il principale distributore di prodotti alimentari dell'area, permettendo quindi di far arrivare i pani e le focacce Forte nei migliori ristoranti, alberghi e bread café dell'**Estonia, Lituania e Lettonia**.

Numerose sono state le iniziative di marketing internazionali realizzate nell'anno 2025, fra le quali si citano:

- **missione imprenditoriale negli UAE/Dubai:** nelle giornate del 23 e 24 Aprile, rappresentanti della Oropan S.p.A. hanno preso parte ad un' importante missione imprenditoriale negli Emirati Arabi Uniti; l'azienda è infatti stata **SELEZIONATA** da Intesa Sanpaolo S.p.A. fra quelle più rappresentative della filiera agroalimentare italiana. L'evento si è svolto in due giornate, integrando iniziative istituzionali (fra cui la visita al Ministero dell'Economia ed incontri con l'Ambasciatore d'Italia negli UAE Lorenzo Fanara ed il Direttore Ufficio ICE Dubai Valerio Soldani), ad

incontri commerciali con operatori locali;

- **partecipazione alla fiera PLMA di Amsterdam:** Oropan S.p.A. ha preso parte per la prima volta alla fiera PLMA che si è svolta ad Amsterdam dal 19 al 20 Maggio 2025. Questo evento rappresenta l'appuntamento ideale che mette in relazione il mondo dell'industria con i principali protagonisti della grande distribuzione europea ed internazionale. Durante l'evento si sono create nuove connessioni con partner commerciali ed è altresì stata convalidata l'attrattivit della proposta commerciale Forte nei confronti di un pubblico così esperto e di settore.
- **Partecipazione alla fiera ANUGA di Colonia e riconoscimento "Italian Food Awards":** Oropan S.p.A. ha preso parte, come consuetudine ormai da 15 anni, alla fiera Anuga di Colonia. Questo evento rappresenta il punto di riferimento per operatori commerciali internazionali del settore alimentare ed è a ragione la fiera più prestigiosa del settore. I risultati per Oropan S.p.A. sono stati molto positivi dal punto di vista commerciale. Proprio in occasione della fiera, l'azienda è stata premiata nella cerimonia "Italian Food Awards" promossa dal gruppo editoriale Food nella categoria bakery. Grazie all'unicità del prodotto "Pagnotta Pugliese di semola rimacinata di grano duro e lievito madre 500g" ed alla sua capacità di rappresentare il made in Italy nel mondo, l'azienda ha infatti conseguito questo importante riconoscimento.
- **Campagna di trade marketing internazionale:** le azioni di sviluppo commerciale poste in essere sono state supportate da una importante campagna trade, rivolta ad operatori del settore quali Direttori Acquisto, Category Manager e Buyers internazionali. In occasione della partecipazione alle diverse fiere ed in momenti particolarmente strategici sono stati utilizzati strumenti di comunicazione digitali e tradizionali che hanno garantito visibilità ai prodotti dell'azienda ed ai relativi elementi differenzianti. A tal fine è stato scelto un importante media partner, "Global Retail Brands", che ha generato visibilità internazionale alle azioni di comunicazione e pubblicità progettate, in sinergia fra la funzione Export e la funzione Marketing dell'azienda.



Guardando all'anno 2026, l'azienda sta attualmente lavorando per avviare un progetto di collaborazione con **una delle più importanti centrali d'acquisto nel settore food del mercato tedesco**; un simile progetto è in dirittura d'arrivo anche per il mercato UK. La Germania ed il Regno Unito sono infatti due mercati strategici per il posizionamento del brand aziendale e per la crescita commerciale.

Sono altresì in corso di programmazione nuove iniziative di esplorazione commerciale in territori extra Europei, come ad esempio l'Arabia Saudita e l'area asiatica, finalizzate alla verifica dell'attrattivit della proposta aziendale nei relativi canali di distribuzione.

L'anno 2026 sar anche caratterizzato dalla partecipazione dell'azienda a due importanti eventi fieristici internazionali: la fiera **TUTTOFOOD di Milano** ed il **PLMA di Amsterdam**, entrambi nel mese di Maggio, che permetteranno all'azienda di cogliere nuove opportunit di sviluppo e crescita internazionale.



PIANO INDUSTRIALE

Oropan sta implementando un importante **Piano Industriale per un totale di investimenti pari ad Euro 33 milioni circa.**

Il Piano include investimenti principalmente in Attivi Materiali, integrati da attività in ricerca scientifica, sviluppo sperimentale, trasferimento tecnologico e servizi per la progettazione e l'implementazione del programma di internazionalizzazione che attualmente vede la Oropan presente in ben 25 paesi al mondo.

Tale Piano di Investimenti è in avanzato stato di implementazione e la conclusione di tutte le attività è prevista nel corso del 2027, con piena operatività, a partire dal 2028.

L'implementazione di tale Piano di Investimenti ha come principali obiettivi:

- 1) l'incremento della capacità produttiva oraria e per addetto;**
- 2) il miglioramento tecnologico/organolettico e del livello di sicurezza alimentare;**
- 3) lo sviluppo di nuove linee di prodotto;**
- 4) il miglioramento dell'efficienza dei processi gestionali e innalzamento dello standard qualitativo;**
- 5) la digitalizzazione e automazione dei processi;**
- 6) l'innovazione sostenibile di processi e di prodotti;**
- 7) l'efficientamento energetico.**

L'obiettivo generale è creare un sistema produttivo integrato, efficiente e sostenibile, capace di ridurre sprechi, innalzare gli standard qualitativi e garantire elevati livelli di sicurezza alimentare. Una parte significativa delle risorse è destinata all'implementazione di una nuova linea di produzione tecnologicamente avanzata che, dal 2026, consentirà di raggiungere il primo obiettivo citato: aumentare la capacità produttività oraria per addetto.

In particolare, gli obiettivi generali si articolano nei seguenti obiettivi specifici:

- 1) Incremento della capacità produttiva oraria e per addetto**
 - *Adozione di impianti e tecnologie avanzate per tutte le linee produttive, così da aumentarne efficienza e produttività;*
 - *Implementazione di una nuova e innovativa linea di produzione con soluzioni di ultima generazione coerenti con i paradigmi 4.0 e 5.0.*

- 2) Miglioramento tecnologico, organolettico e della sicurezza alimentare**

- *Introduzione di impianti ad alta automazione al fine di migliorare precisione e controllo dei processi.*

- 3) Digitalizzazione e innovazione sostenibile dei processi**

- *Implementazione di software gestionali avanzati (WMS, CRM) e sistemi integrati di controllo qualità per tracciabilità, monitoraggio delle prestazioni e supporto decisionale tramite analisi dati;*
- *Installazione di nuove tecnologie per la sanificazione*



degli ambienti e delle attrezzature; 3c. Realizzazione di infrastrutture per il trattamento delle acque di processo.

- 4) Efficientamento energetico e transizione verso le rinnovabili**

- *Oropan agisce strategicamente su due fronti complementari, per ridurre il proprio impatto ambientale e i costi operativi. Da un lato, ha in corso di implementazione un programma di efficientamento energetico che prevede l'adozione di sistemi ad alta efficienza, tra cui si citano, ad esempio, soluzioni avanzate di climatizzazione per*

le aree produttive a bassissimo impatto ambientale e caratterizzate da una significativa ottimizzazione dei consumi, grazie a tecnologie per il recupero energetico oltre a nuove e importanti soluzioni di efficientamento energetico impiantistico nell'ambito della combustione del gas metano. Queste azioni mirano a una significativa riduzione dei consumi e delle relative emissioni, con benefici tangibili in ambito sostenibilità.

Dall'altro, accelera il percorso verso l'autoproduzione da fonti rinnovabili.

Questo si traduce nel potenziamento degli impianti fotovoltaici esistenti con sistemi di nuova generazione, finalizzati ad aumentare drasticamente la produzione di kWh puliti e la quota di energia autoprodotta.

Tale approccio consente una drastica riduzione delle emissioni di CO₂ senza compromettere le performance aziendali e produttive.

*Tutte queste iniziative convergono in modo sinergico verso l'obiettivo dichiarato di raggiungere **la carbon neutrality entro il 2029.***

In definitiva, tali investimenti innovativi non solo migliorano la sostenibilità, ma contribuiscono all'efficientamento dell'intero ciclo produttivo, ottimizzando l'impiego delle risorse umane, impiantistiche ed energetiche.

Elemento strategico del Piano di investimenti in fase di implementazione, è la capacità di integrare la tradizione della panificazione altamurana con la ricerca e l'innovazione, preservando la vision, la mission e i valori aziendali e rispondendo alle esigenze del mercato globale, che richiede Qualità certificata, innovazione di processo e prodotto, sostenibilità e affidabilità.

Nell'ambito di questa strategia, Oropan ha anche potenziato la linea di produzione dedicata al Pane di Altamura DOP attraverso l'installazione di nuovi forni fissi che assicurano un significativo risparmio energetico senza compromettere la produttività, la tradizione e il rispetto del Disciplinare di produzione del Pane di Altamura DOP, preservando le caratteristiche qualitative e autentiche del prodotto.

Nel corso del 2026, saranno realizzati gli investimenti al fine di incrementare la digitalizzazione e l'innovazione sostenibile dei processi attraverso l'implementazione di software gestionali avanzati per la gestione delle scorte di magazzino (WMS) con particolare attenzione alle materie prime e agli imballi nonché il sistema di gestione degli ordini di vendita (CRM) e sistemi integrati di controllo qualità per tracciabilità, monitoraggio delle prestazioni e supporto decisionale tramite analisi dati. Saranno



implementati impianti e macchinari di nuova generazione per la sanificazione automatica delle attrezzature con un focus specifico sull'utilizzo della preziosissima risorsa idrica. Tutte le soluzioni adottate favoriscono la transizione verso un modello produttivo responsabile, rafforzando la competitività globale e confermando sempre di più l'impegno di Oropan nel creare valore duraturo per mercato, territorio e comunità.



IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ: PIANO STRATEGICO DI SOSTENIBILITÀ

IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ DI OROPAN E IL PIANO STRATEGICO

Il percorso di sostenibilità di Oropan è stato formalizzato, già a partire dal 2022, nel Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, un documento guida che integra obiettivi di business e creazione di valore condiviso.

Il Piano ha definito 19 macro-obiettivi aziendali, allineati ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda ONU 2030, e poggia su 4 pilastri strategici interconnessi: **Sostenibilità in Azienda, Cura dell'Ambiente, Valore per il Mercato, la Filiera e il Territorio, e Innovazione e Crescita Economica**. Da questa struttura è disceso un concreto piano d'azione, inizialmente articolato in 71 iniziative, oggi cresciute a 101 azioni pianificate e monitorate.

La strategia di Oropan poggia su una solida **Analisi di Doppia Materialità, condotta secondo i più avanzati standard (GRI e principi ESRS)**. Questo processo, che coinvolge attivamente gli stakeholder, non valuta solo gli impatti dell'azienda sull'ambiente e sulla società (inside-out), ma anche come le tendenze esterne (climatiche, normative, di mercato) influenzano la sua capacità di creare valore (outside-in).

Il Piano strategico quindi individua quattro macro-aree d'azione interconnesse, ciascuna con obiettivi specifici e misurabili:

1) Sostenibilità in Azienda: Oropan ha rafforzato il processo di integrazione dei criteri ESG in ogni processo, promuovendo una cultura etica (attraverso Codice Etico e MOG) e investendo nel capitale umano. Le azioni spaziano dal mantenimento di certificazioni chiave (SA8000 per l'etica, ISO 45001 per la sicurezza) alla promozione della diversità e delle pari opportunità (certificazione UNI/PdR 125), fino a piani di welfare avanzati e alla formazione continua (oltre 5000 ore erogate nel 2025).

2) Cura dell'Ambiente: Questo pilastro è volto a minimizzare l'impronta ambientale dei processi produttivi tramite azioni concrete quali:

- **Piani di decarbonizzazione** ottenuti tramite investimenti in efficienza energetica, audit energetici e, soprattutto, il potenziamento degli impianti fotovoltaici (710 kW

di potenza) per aumentare l'autoproduzione da fonti rinnovabili e ridurre le emissioni di Scope 1 e 2, con l'ambizioso obiettivo di raggiungere la Carbon Neutrality.

- **Gestione Circolare delle Risorse:** Ottimizzazione dell'uso idrico, riduzione degli sprechi alimentari, gestione responsabile dei rifiuti e innovazione nel packaging (come l'utilizzo di carta certificata e riciclabile per la linea pane fresco Forte).
- **Certificazioni di Prodotto e Processo:** Oropan ha ottenuto certificazioni d'eccellenza come la Carbon Footprint (ISO 14064 e 14067) e la Water Footprint (ISO 14046), strumenti fondamentali per misurare, comunicare e migliorare le performance ambientali. In ultimo ha ricevuto anche la certificazione ISO 50001.

3) Mercato, Filiera e Territorio: Oropan crede in una crescita condivisa e radicata nel territorio.

- **Filiera Sostenibile e Locale:** Oropan promuove uno sviluppo economico radicato e condiviso, privilegiando un approvvigionamento responsabile da fornitori italiani, con una forte vocazione per il territorio pugliese, e valutandone costantemente la performance attraverso criteri ESG. L'espressione più avanzata di questo impegno è stata la creazione della prima filiera al mondo per un pane fresco certificata ISCC Plus con grano duro 100% italiano, un traguardo rivoluzionario realizzato coinvolgendo e coordinando oltre 400 fornitori tra agricoltori e molitori. Questa certificazione garantisce un modello di sviluppo etico e responsabile che assicura, lungo tutta la catena, il rispetto di principi fondamentali: zero deforestazione e protezione dei serbatoi di carbonio, la tutela della biodiversità, la protezione integrata di suolo, aria e acqua, il pieno rispetto dei diritti e della sicurezza dei lavoratori, nonché un'equa ridistribuzione del valore e una tracciabilità totale. In questo modo, Oropan non solo garantisce l'autenticità e l'eccellenza del prodotto, ma trasforma la propria filiera in uno strumento concreto di salvaguardia ambientale, di equità sociale e di generazione di valore condiviso per l'intero territorio.

- **Impegno Sociale:** Supporta attivamente la comunità attraverso donazioni di eccedenze alimentari, partnership con associazioni di volontariato, iniziative culturali (come il Museo del Pane di Vito Forte) e progetti formativi (Oropan Academy), contribuendo alla coesione sociale e alla valorizzazione del patrimonio culturale.

4) Innovazione e Crescita Economica: Mediante azioni mirate a conseguire miglioramento continuo in :

- **Innovazione di Prodotto:** focalizzazione su sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale e ad alto valore nutrizionale, come la linea di prodotti proteici in fase di ultimazione
- **Digitalizzazione dei Processi:** Implementazione di sistemi avanzati (MES, ERP) per ottimizzare la produzione, ridurre gli sprechi e garantire trasparenza e tracciabilità lungo tutta la catena del valore.
- **Collaborazione con Università ed Enti di Ricerca:** per sviluppare nuove formulazioni e tecnologie in linea con i trend di consumo sostenibili e l'orientamento del mercato

I risultati del 2025 tra cui la crescita economica, il rafforzamento delle certificazioni, l'ampliamento della forza lavoro e il riconoscimento della Medaglia di Bronzo ECOVADIS – testimoniano l'efficacia di questo approccio che ha inserito l'azienda nel 12% delle migliori realtà del settore “Produzione di altri prodotti alimentari” al mondo per le performance nei quattro pilastri ESG: ambiente, diritti umani, acquisti sostenibili ed etica. Va inoltre detto che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha confermato il massimo Rating di Legalità (tre stelle), riconoscendo la solidità della struttura societaria, il rispetto dei requisiti normativi e l'impegno in una politica ESG trasparente e fondata sui principi di responsabilità sociale d'impresa.

Guardando avanti, Oropan si pone obiettivi sempre più ambiziosi per il triennio 2026-2029. Gli obiettivi fissati rafforzano e concretizzano ulteriormente la visione di un'impresa capace di coniugare performance economica, responsabilità sociale e tutela ambientale:

- **Rendicontazione e Trasparenza:** Rafforzamento del sistema di rendicontazione non finanziaria in piena ottica CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), garantendo una comunicazione sempre più dettagliata, comparabile e trasparente verso tutti gli stakeholder, in linea con gli standard europei più avanzati.
- **Transizione Energetica e Carbon Neutrality:** Perseguimento dell'ambizioso traguardo della Carbon Neutrality per le emissioni dirette (Scope 1) e indirette da energia (Scope 2), attraverso investimenti continui in energie rinnovabili, efficienza e innovazione di processo.





Parallelamente, verrà avviato un programma strutturato per la mappatura e la riduzione significativa delle emissioni della catena del valore (Scope 3), coinvolgendo attivamente i partner di filiera.

- **Eccellenza Certificata ed integrata:** Mantenimento, rinnovo e potenziamento del ricco portafoglio di certificazioni internazionali, che costituiscono un vero e proprio “passaporto competitivo”. Questo impegno sarà accompagnato da un continuo investimento nell’innovazione tecnologica del parco macchine e degli impianti, per elevare standard produttivi, sicurezza e sostenibilità operativa.
- **Capitale Umano e Cultura Aziendale:** Promozione di una cultura organizzativa sempre più inclusiva, meritocratica e valorizzante, con particolare focus sul potenziamento della diversità, sull’empowerment femminile e sulla diffusione di una leadership consapevole. Il benessere e la crescita professionale delle persone rimarranno al centro delle politiche aziendali.
- **Leadership di Filiera e Impatto Territoriale:**

Consolidamento del ruolo di guida nella creazione di una filiera agroalimentare etica, trasparente e rigenerativa, estendendo i principi ESG a tutti gli anelli della supply chain. L’impegno per lo sviluppo del territorio proseguirà attraverso partnership, progetti culturali e iniziative sociali, rafforzando il legame simbiotico tra l’azienda e la comunità.

PIANO DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT

COSTRUIRE VALORE INSIEME: IL MODELLO OROPAN PER UNA SOSTENIBILITÀ CONDIVISA

Oropan S.p.A., consapevole che il successo di un'impresa moderna si fonda su relazioni solide e di reciproco valore con tutti i portatori di interesse, ha avviato un progetto strutturato e ambizioso di **Stakeholder Engagement**. Questo progetto si inserisce organicamente nella sua consolidata strategia di sostenibilità integrata.

L'obiettivo principale è coinvolgere i partner più rilevanti in un percorso di crescita comune, allineato ai quattro pilastri del Piano Strategico di Sostenibilità di Oropan (Sostenibilità in Azienda, Cura dell'Ambiente, Valore per il Mercato e il Territorio, Innovazione e Crescita Economica) e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

A tale scopo è stato adottato un approccio rigoroso, finalizzato all'individuazione dei partner strategici da coinvolgere, mediante l'interpolazione di diverse metodiche analitiche quali:

- 1) Analisi Quantitativa: in base al fatturato.**
- 2) Clusterizzazione: in categorie settoriali omogenee.**
- 3) Focalizzazione Strategica: Scelta di partire dai cluster considerati fondamentali per l'impronta ambientale e sociale dell'azienda.**

Per ciascun cluster, il Comitato Sostenibilità e Rischi di Oropan, in collaborazione con i responsabili di funzione, ha definito temi e azioni concrete:

- **Per i Fornitori di Materie Prime:** Il focus verterà su sostenibilità della filiera, eticità e qualità e sicurezza del prodotto.
- **Per i Fornitori di Imballi:** Le azioni riguarderanno l'innovazione sostenibile, la compliance ambientale e la sicurezza alimentare del prodotto.
- **Per i Fornitori di Trasporti:** L'impegno si concentrerà su sicurezza, efficienza ambientale e qualità del servizio.

L'attività di coinvolgimento dei partner prenderà avvio durante lo **"Stakeholder Day"**, un evento dedicato, previsto per il 2026. In questa occasione, Oropan esporrà i principi strategici del piano di stakeholder engagement, delineando un programma operativo condiviso, illustrandone finalità, criteri di selezione dei partner e allineamento con i quattro pilastri della sostenibilità aziendale. Seguirà la presentazione del Codice di Condotta dei Fornitori, che formalizzerà gli standard etici, ambientali e sociali attesi, sottolineando il

passaggio da un rapporto commerciale a una partnership strategica sostenibile.

Questo momento favorirà il dialogo, la creazione di sinergie e l'allineamento di intenti, con l'obiettivo ultimo di costruire un ecosistema coeso e responsabile, dando avvio ufficiale a un percorso di miglioramento continuo e condiviso.

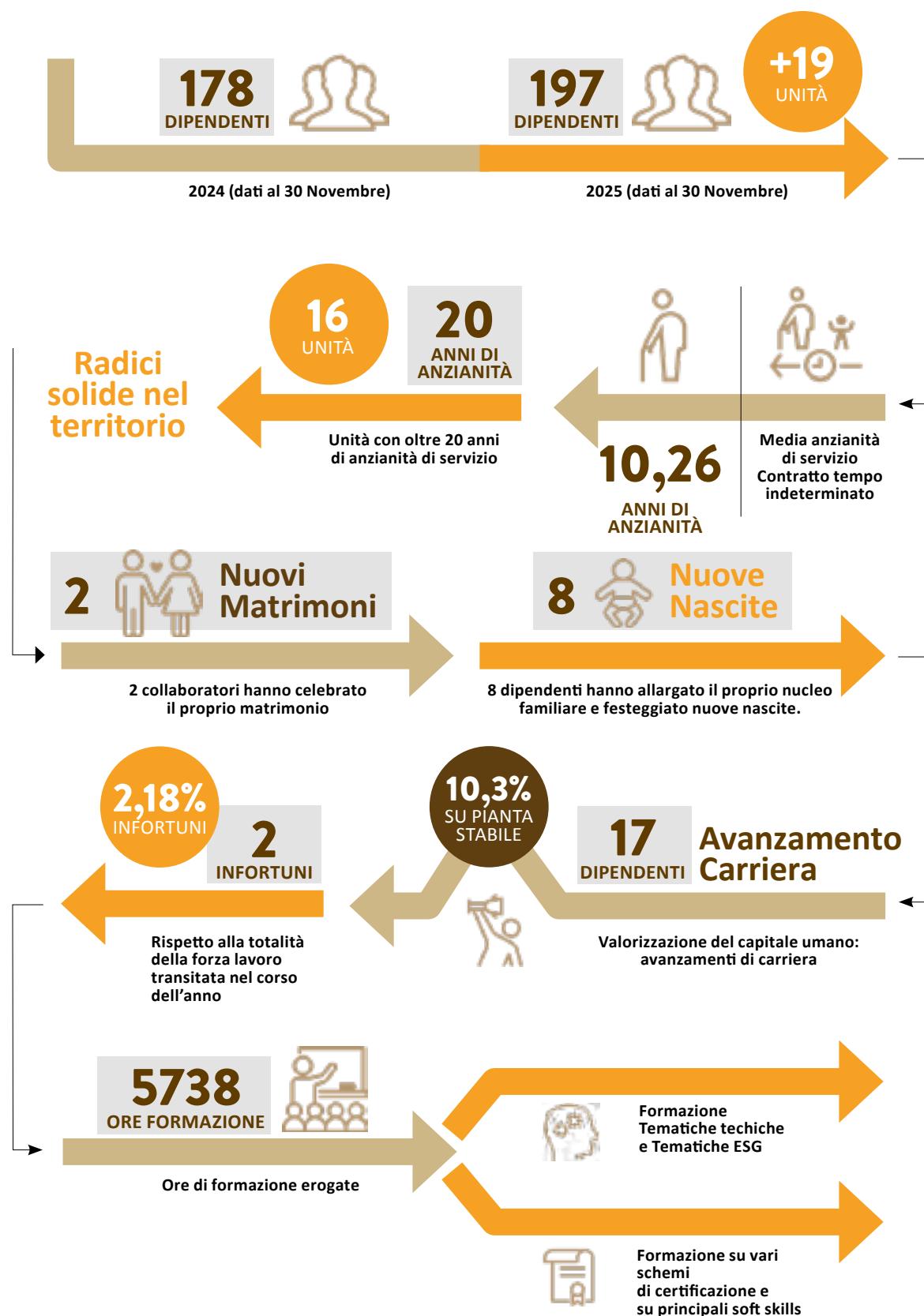
All'evento saranno invitati oltre ai partner strategici, clienti/trade, rappresentanze di consumatori, rappresentanti accademici (Università di Bari, Università di Napoli e Università di Lecce), istituzioni locali (Regione Puglia, Puglia Sviluppo), associazioni di categoria (Confindustria), rappresentanti del terzo settore ed enti di certificazione, a testimonianza dell'approccio sistematico e di rete che Oropan intende perseguire.

Il percorso di stakeholder engagement di Oropan rappresenta la volontà di tradurre i principi di trasparenza, responsabilità e innovazione in azioni collaborative che rafforzino non solo l'azienda, ma l'intero ecosistema in cui opera, confermando il modello virtuoso del Made in Italy sostenibile, come motore propulsivo per generare valore, nel tempo, per tutta la supply chain.



IL NOSTRO CAPITALE UMANO





LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

IL VALORE DELLA QUALITÀ CHE COSTRUIAMO OGNI GIORNO

Il 2025 è stato un anno in cui Oropan ha consolidato la propria crescita, non solo attraverso i risultati commerciali e industriali, ma anche grazie a un impegno sempre più rigoroso verso la qualità, la sicurezza e la sostenibilità. Ogni traguardo raggiunto è frutto del lavoro quotidiano di tutti i collaboratori Oropan e della responsabilità con cui ognuno ha saputo interpretare il proprio mestiere.

L'anno si è aperto con un riconoscimento importante: la **Medaglia di Bronzo EcoVadis**, che ha collocato **Oropan nel 12% delle migliori realtà al mondo del settore "produzione di altri prodotti alimentari"**, confermando il nostro impegno verso un futuro più etico e sostenibile.

Essere valutati da EcoVadis — il principale ente globale per la misurazione della sostenibilità aziendale, che negli ultimi 15 anni ha analizzato oltre 2,8 milioni di aziende — ha significato vedere riconosciuto il nostro impegno nel ridurre l'impatto ambientale, promuovere condizioni di lavoro eque, garantire trasparenza etica e rafforzare la responsabilità lungo tutta la catena di fornitura.

Già al primo anno di valutazione, EcoVadis ha inoltre posizionato **Oropan nel top 35% delle aziende di ogni settore merceologico valutate negli ultimi 12 mesi**. Un benchmark di valore, che ha permesso all'azienda di consolidare ulteriormente la propria reputazione internazionale e di pianificare nuove attività di miglioramento continuo nel corso del 2025.

EcoVadis valuta le aziende sulla base di quattro pilastri fondamentali della sostenibilità, nei quali Oropan ha ottenuto risultati di grande rilievo:

- **Ambiente:** Oropan rientra nel **21% delle migliori aziende** del proprio settore, confermando la costante attenzione verso la riduzione dell'impatto ambientale e l'adozione di pratiche produttive sostenibili.
- **Pratiche lavorative e Diritti Umani:** L'azienda si colloca nel **13% delle realtà più virtuose**, a testimonianza dell'impegno nella tutela dei lavoratori e nella promozione di condizioni di lavoro eque.

- **Acquisti Sostenibili:** Grazie a una gestione responsabile della supply chain, Oropan si posiziona nel **16% delle aziende leader** in questo ambito.
- **Etica:** L'azienda figura nel **27% delle migliori realtà** del settore, evidenziando un forte orientamento alla trasparenza e all'integrità nel business.

Questi risultati testimoniano la volontà di Oropan di distinguersi non solo per la qualità dei propri prodotti, ma anche per un modello di impresa fondato su valori solidi e su una visione orientata alla sostenibilità. Un riconoscimento che ha rappresentato un punto di ripartenza nel 2025, con la consapevolezza del percorso di innovazione sostenibile già intrapreso.

Guardando al 2026, il nostro percorso evolutivo si delinea ancora con più consapevolezza: **innovazione, sostenibilità, internazionalizzazione e valorizzazione delle competenze** saranno i pilastri del futuro. In questo cammino, le certificazioni rappresentano non solo un riconoscimento esterno, ma soprattutto un patrimonio interno, una garanzia condivisa di affidabilità, trasparenza e attenzione verso il consumatore.

Per un'azienda come Oropan, essere "compliance" non significa semplicemente rispettare leggi e regolamenti: significa adottare, volontariamente, un sistema di gestione strutturato, che assicuri eccellenza operativa, trasparenza e responsabilità verso tutti gli stakeholder.

Parallelamente, la Sostenibilità è diventata un pilastro strategico. È un modello di business che integra performance economica, rispetto ambientale e valore sociale, generando competitività di lungo periodo.

Le Certificazioni rappresentano il ponte tra questi due mondi: non semplici attestati, ma strumenti operativi che:

- danno struttura e misurabilità,
- generano efficienza e riducono i costi,
- rafforzano credibilità e reputazione,
- guidano innovazione e visione futura.

Abbiamo, per tutto questo, scelto di dedicare un approfondimento alle nostre certificazioni perché dietro ogni sigillo, ogni audit superato, ogni standard rispettato, c'è la professionalità delle nostre persone e il desiderio di essere un punto di riferimento nel nostro settore.

In questo contesto diventa fondamentale il concetto di **Qualità certificata**, garanzia che prodotti, servizi e processi rispettino standard riconosciuti a livello internazionale, che richiedono:

- conformità alle normative tecniche, ambientali e di sicurezza,
- ottimizzazione dei processi produttivi,
- promozione di pratiche etiche, per assicurare eccellenza e soddisfazione degli stakeholder.

A sostegno di tale visione si colloca il processo di **Total Quality Management** che Oropan porta avanti da anni. L'azienda, infatti, per mantenere attivi gli schemi certificativi, è sottoposta periodicamente a verifiche e audit — spesso non preannunciati — da parte di auditor qualificati, enti di certificazione, clienti e organismi di vigilanza.

Nel solo 2025 sono state realizzate **76 giornate di audit**, comprendenti audit interni, dei clienti, degli enti certificatori e degli organismi di vigilanza. Da queste verifiche è emersa una percentuale di non conformità definibile come residuale, a conferma dell'efficacia del nostro sistema di gestione.

Negli ultimi anni, il concetto di Qualità si è ampliato e innovato: oggi è interpretato in chiave internazionale, allineato alle aspettative dei partner globali più evoluti. La Qualità è parte integrante della governance aziendale e della strategia quotidiana di Oropan.

Oropan ottiene la Certificazione ISO 50001

UN NUOVO TRAGUARDO NEL PERCORSO VERSO LA CARBON NEUTRALITY

Dopo tre anni di intensa progettualità e impegno condiviso tra tutte le funzioni aziendali, lo scorso settembre Oropan ha **conseguito la Certificazione Energetica ISO 50001**, standard internazionale di riferimento per l'efficienza energetica e la gestione responsabile delle risorse.

Questa certificazione attesta l'adozione di un Sistema di Gestione dell'Energia strutturato e misurabile, finalizzato a:

- monitorare e ottimizzare in modo continuo i consumi energetici,
- ridurre sprechi e costi operativi,
- migliorare le performance ambientali,
- promuovere una cultura aziendale orientata all'uso responsabile dell'energia.

Il conseguimento della ISO 50001 non è un episodio isolato, ma il naturale compimento di un percorso strutturato che ha portato Oropan a ottenere anche la **Carbon Footprint**, la **Water Footprint** e la **ISO 14001**.

Insieme, questi riconoscimenti consolidano **un sistema di gestione ambientale integrato** che colloca l'azienda tra le realtà più evolute del settore food in termini di efficienza energetica, utilizzo responsabile delle risorse e governance sostenibile. È la conferma che il nostro modello di sviluppo non contrappone tradizione e innovazione, ma li integra in una visione di sostenibilità concreta e quotidiana, basata su processi organizzativi orientati alla responsabilità e all'efficienza.

Questo traguardo rappresenta inoltre un passaggio fondamentale verso il nostro obiettivo di **Carbon Neutrality entro il 2029**, poiché fornisce strumenti certificati per misurare, pianificare e ridurre progressivamente le emissioni legate ai consumi energetici — uno dei pilastri per il raggiungimento della neutralità climatica.



**CERTIFICAZIONE
EASI ®**

OROPAN ha redatto ed applicato un sistema di gestione della governance della sostenibilità inedito, **DIVENTANDO LA PRIMA AZIENDA ITALIANA ALIMENTARE** certificata per tale norma.

EASI® (Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato) 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.



**CERTIFICAZIONE
BRCS**

Certificazione posseduta dal 2008. BRCGS (Brand Reputation through Compliance), è uno standard globale specifico per la sicurezza dei prodotti agroalimentari. Obiettivo della certificazione BRCGS è assicurare la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari proposti ai consumatori, dai fornitori e rivenditori della GDO. Oropan, è certificato dal 2020 con il massimo rating raggiungibile AA+, rappresentando un'eccellenza nell'ambito della sicurezza alimentare certificata.



UNI EN ISO 9001:2015

**CERTIFICAZIONE
9001**

Norma principe nell'ambito della gestione qualità, fortemente custom-oriented. E' la linea guida gestionale aziendale, sulla quale sono state innestate tutte le altre norme tecniche



Higher level
Score 99,01%

**CERTIFICAZIONE
IFS FOOD**

Certificazione posseduta dal 2008. Lo Standard IFS (International Food Standard), ha lo scopo di favorire 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. Oropan ha raggiunto un'aderenza di circa il 99% di conformità rispetto agli oltre 340 punti dello standard.



UNI EN ISO 14001: 2015



CERTIFICAZIONE ISO 14001

Schema riconosciuto ed utilizzato, a livello mondiale, per la valutazione dei Sistemi di Gestione Ambientale. Conferma l'efficienza e l'affidabilità del sistema di gestione ambientale della Oropan, in particolare, l'impegno concreto dell'azienda nel minimizzare l'impatto ambientale dei propri processi e servizi. Richiede, in particolare, che l'azienda definisca i propri obiettivi e target ambientali e che implementi un sistema di gestione ambientale finalizzato a raggiungerli.



CERTIFICAZIONE ISO 14064

ISO 14064 - Carbon Footprint di stabilimento:

Norma di riferimento per il calcolo dell'impronta di carbonio che uno stabilimento produce e il relativo tasso di inquinamento. 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.



CERTIFICAZIONE ISO 14046

ISO 14046 Water footprint: 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.



UNI EN ISO 50001: 2018

CERTIFICAZIONE ISO 50001

UNI EN ISO 50001: 2018: Questa certificazione attesta l'adozione di un Sistema di Gestione dell'Energia strutturato e misurabile, finalizzato a:

- Monitorare e ottimizzare in modo continuo i consumi energetici,
- Ridurre gli sprechi e i costi operativi,
- Migliorare le performance ambientali,
- Promuovere una cultura aziendale orientata all'uso responsabile dell'energia.



CERTIFICAZIONE ETICA SA8000

Tale certificazione sull’etica d’impresa riconosce la capacità dell’azienda di aver implementato strategie, iniziative e processi aziendali efficaci e strutturati, volti al continuo miglioramento dei luoghi e delle condizioni di lavoro per tutti i suoi dipendenti, ispirandosi ai più elevati standard di sostenibilità sociale su temi come la salute e la sicurezza sul lavoro, la diversità e l’inclusione, la libertà d’associazione, il diritto alla contrattazione collettiva, l’orario di lavoro e la retribuzione.



CERTIFICAZIONE PDR 125:2022

Oropan ha adottato la “POLITICA SULLA PARITÀ DI GENERE E PER LA DIVERSITÀ E INCLUSIONE” (PDR 125:2022) quale segno tangibile dell’impegno assunto nell’ambito della responsabilità sociale, della diversità e dell’inclusione e risultando tra le prime aziende di produzione di prodotti da forno, ad aver aderito, in maniera volontaria, alla UNI/PdR 125. Uno strumento estremamente utile, in quanto dà una misurazione olistica del livello di maturità dell’organizzazione e fornisce un sistema di gestione della parità di genere che permette di monitorare gli auspicabili miglioramenti nel tempo, rispetto ad indicatori di performance (KPI), con riferimento a 6 aree tematiche:

- a) Cultura e strategia / b) Governance / c) Processi HR
- d) Opportunità di crescita ed inclusione delle donne in azienda / e) Equità remunerativa per genere / f) Tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro



UNI EN ISO 37001:2016
ANTI-BRIBERY

CERTIFICAZIONE 37001:2016



UNI EN ISO 45001:2018

CERTIFICAZIONE 45001:2018

Oropan ha adottato la “POLITICA DELLA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE” (ISO 37001:2016) nel convincimento che gli obiettivi di crescita, sviluppo e tutela dei portatori di interesse debbano e possano coniugarsi con il perseguimento dei più alti standard etici, rispetto dei valori alla base del vivere sociale e con una buona governance, attuata secondo regole chiare e condivise. Oropan S.p.A. si è impegnata, così: a) Implementare, conservare ed adeguare una Politica ed un Programma Anticorruzione; b) Comunicare la Politica ed il relativo Programma di attuazione a tutto il personale ed ai propri partner e Stakeholder; c) Incaricare un Comitato di conformità del Sistema Anticorruzione per supervisionare e vigilare il rispetto della Politica e del Programma Anticorruzione; d) Verificare che il personale si comporti conformemente a quanto stabilito dalla Politica Anticorruzione e nel Sistema di Gestione Anticorruzione in generale; e) Portare a conoscenza ed accettazione la politica della prevenzione della corruzione, anche ai vari stakeholder, attraverso la stipula di clausole contrattuali specifiche.

La norma prevede l’implementazione di un sistema di gestione della sicurezza sul lavoro, fissando i requisiti per stabilire, attuare e migliorare la gestione e la cultura della sicurezza sui luoghi di lavoro, fornendo un ambiente di lavoro sano e sicuro per i propri dipendenti e tutti coloro che visitano il luogo di lavoro. Ha come obiettivo la mitigazione di tutti i fattori dannosi o che rappresentano un pericolo per il benessere fisico e/o mentale dei lavoratori;



Certificano la nostra capacità di gestire risorse, processi produttivi e gestionali al fine di anticipare e soddisfare i bisogni dei clienti, impegnandoci al miglioramento continuo. Assicurano il controllo ed il rispetto dei vincoli di qualità.

CERTIFICAZIONE ISCC Plus

ISCC Plus

Filiera Sostenibile Certificata: Oropan è la prima al mondo a ottenere questa certificazione per il pane.

La linea di pane certificato è il pane fresco di semola da grano duro 100% pugliese. Lo standard garantisce:

- Zero deforestazione;
- Tutela della biodiversità;
- Protezione di aria, acqua e suolo;
- Diritti dei lavoratori;
- Equa distribuzione del valore lungo la filiera.

CERTIFICAZIONE ISO 14067

ISO 14067 Carbon Footprint di prodotto: Norma di riferimento che definisce i principi, i requisiti e le linee guida per la quantificazione e il reporting della CFP (Carbon Footprint di prodotto), basandosi sugli standard internazionali di riferimento per gli studi Life Cycle Assessment (ISO 14040 e ISO 14044).

Il conseguimento di tale certificazione permette di offrire ai clienti informazioni dettagliate sull'impatto ambientale di ogni articolo, consentendo loro di fare scelte consapevoli e sostenibili.



CERTIFICAZIONE DOP

D.O.P. – Denominazione di Origine Protetta: Riconoscimento comunitario che tutela il Pane di Altamura, espressione autentica del territorio e della sua tradizione.



CERTIFICAZIONE BIO

BIO – Prodotto Biologico Certificato: Attesta la conformità alla normativa europea per l'agricoltura biologica, garantendo l'assenza di Organismi Geneticamente Modificati (OGM), pesticidi e sostanze chimiche.



CERTIFICAZIONE USDA

USDA Organic è il programma di certificazione del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) per i prodotti biologici. Il sigillo certifica che un prodotto ha rispettato standard rigorosi, tra cui l'assenza di pesticidi sintetici, OGM, antibiotici e ormoni, la promozione della sostenibilità ambientale e il rispetto del benessere degli animali. Per vendere prodotti biologici negli Stati Uniti, le aziende devono essere certificate da un organismo accreditato dall'USDA.

OROPAN Spa

Oropan S.p.a.

S.S 96 km 5,4 – 70022 Altamura BA
Contatti: Tel: +39 080.246.4511 – info@oropan.it