

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023



DALTERFOOD GROUP
ESPERIENZA E PASSIONE NEL
MONDO CASEARIO ITALIANO



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023

DALTERFOOD GROUP
ESPERIENZA E PASSIONE NEL
MONDO CASEARIO ITALIANO

INDICE

_LETTERA AGLI STAKEHOLDERS	1
_HIGHLIGHTS 2023 DI DALTERFOOD GROUP	3
_CAP. 1	
IL PERCORSO DI SOSTENIBILITA' DI DALTER FOOD GROUP	5
1.1 L'Agenda 2030: gli obiettivi del Gruppo	7
1.2 Analisi di materialità e stakeholder engagement	10
_CAP. 2	
I VALORI CHE CI CARATTERIZZANO	15
2.1 Oltre 45 anni di esperienza	16
2.2 I nostri valori	18
2.3 Governance e assetto societario	21
2.4 Etica e integrità di business	24
_CAP. 3	
IL VALORE ECONOMICO CONDIVISO	29
3.1 Come operiamo	31
3.2 Il mercato servito e i prodotti offerti	32
_CAP. 4	
LA SOSTENIBILITA' DELLA FILIERA	35
4.1 Il rapporto con i fornitori	40
4.1.1 I conferenti latte, partner strategici per il Gruppo	40
4.2 L'attenzione al benessere animale	42

_CAP. 5	
LA QUALITÀ COME INGREDIENTE IMPRESCINDIBILE	47
5.1 La tracciabilità nei prodotti DalterFood	49
5.2 La tutela dei clienti e dei consumatori	50
5.2.1 Il dialogo con i clienti	52
_CAP. 6	
IL NOSTRO IMPEGNO NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE	55
6.1 Un modello di business circolare	57
6.1.1 La ricerca per il packaging sostenibile	58
6.2 Consumi energetici ed emissioni	60
6.3 Consumi idrici	64
_CAP. 7	
IL CAPITALE UMANO: IL MOTORE DI DALTERGROUP	66
7.1 Inclusione, benessere e crescita dei dipendenti	67
7.2 Salute e sicurezza sul lavoro	72
7.3 I progetti a supporto della comunità locale	74
_ALLEGATI - TABELLA DI CORRELAZIONE TRA IMPATTI, TEMI MATERIALI E GRI STANDARDS	75
INDICATORI DI PERFORMANCE	77
Responsabilità ambientale	77
Responsabilità sociale	81
_INDICE DEI CONTENUTI GRI	88



_LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

“ È con grande piacere che vi introduciamo il terzo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo DalterFood relativo al 2023, anno segnato dal proseguimento delle turbolenze economiche e geopolitiche, ma, nonostante tutto, ricco di traguardi e importanti novità per la nostra realtà.

Il proseguo della guerra in Ucraina, con le sue ripercussioni sulle materie prime, lo scoppio dei tumulti in Medio Oriente e il cambiamento climatico che, con episodi di siccità alternati a forti alluvioni sta impattando sempre di più la nostra penisola, sono stati un contesto difficile in cui operare per tutte le realtà produttive italiane e non solo.

Proprio queste difficoltà ci hanno spinti - ieri come oggi - ad essere sempre di più proattivi nel rendere il nostro business sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale, con progetti che ci consentano di realizzare prodotti buoni per i nostri clienti, ma anche per la società e il territorio di cui facciamo parte.

Grazie alla determinazione che contraddistingue il Gruppo, nonostante le complessità sopra descritte, abbiamo ottenuto risultati molto positivi sia in termini economici (+8% fatturato), che sociali (+87% ore di formazione erogate) e ambientali (34% dei consumi energetici provenienti da fonte rinnovabile).

In particolare, sono proseguiti gli investimenti in energie rinnovabili e ci hanno consentito, nel 2023, di acquistare il 99,5% dell'energia elettrica da fonte rinnovabile certificata da Garanzia d'Origine e di installare nel Caseificio di Selvapiana e Canossa un impianto fotovoltaico. Questi importanti traguardi ci hanno permesso di ridurre notevolmente le emissioni indirette generate dal Gruppo e, di conseguenza, ridurre le esternalità negative da noi prodotte nei confronti dell'ambiente.



*Presidente
Stefano Ricotti*



*Amministratore Delegato
Alberto Viappiani*

Il miglioramento continuo, il riconoscimento del contributo di ciascuno e il perseguimento dell'eccellenza sono da sempre i pilastri del nostro modo di fare, consapevoli che la ricchezza del nostro Gruppo risiede, prima di tutto, nelle sue persone. Nel 2023 abbiamo infatti avviato un processo di formalizzazione delle procedure in tema di Risorse Umane, erogato l'87% in più di ore di formazione e implementato il sistema digitale di whistleblowing, un canale anonimo per le segnalazioni accessibile a tutti i dipendenti e stakeholder esterni, garantendo la possibilità di sollevare preoccupazioni senza timori di ritorsioni o sanzioni.

Il nostro impegno continua ad essere rivolto anche alla creazione di una filiera del Parmigiano Reggiano sempre più integrata e sostenibile. Ad oggi, il 100% delle aziende agricole con cui collaboriamo hanno ottenuto la Certificazione Benessere Animale e il 100% dei conferenti del latte ha superato le verifiche di controllo da parte dei veterinari del Consorzio del Parmigiano. Sempre in quest'ottica, nel 2023, DalterFood ha condiviso il proprio Codice Etico con tutti i fornitori e si è dotato di un Supplier Code of Conduct, la cui

sottoscrizione, requisito preliminare in ogni contratto di fornitura, impegna i fornitori di tutte le Società del Gruppo al rispetto di diritti umani, all'operare preservando quanto più possibile la sostenibilità ambientale e alla protezione dei dati e della privacy. Vogliamo inoltre prenderci cura in prima persona del nostro territorio e delle comunità che ci ospitano, mediante il supporto di cooperative e associazioni locali, in particolare abbiamo supportato la Cooperativa Panta Rei nello sviluppo di nuovi protocolli per l'alimentazione di bambini autistici nelle mense scolastiche.

Da ultimo, con l'obiettivo di rafforzare il nostro posizionamento come modello di filiera integrata, anche a livello visivo, abbiamo portato a termine un progetto di rebranding dei loghi delle nostre società, così da comunicare in modo più immediato l'appartenenza di ciascuna ad un'unica famiglia.

Siamo orgogliosi dei risultati che abbiamo raggiunto grazie al supporto di ciascuno dei nostri stakeholder, per questo li abbiamo descritti nel dettaglio nelle prossime pagine. Pertanto, vi auguriamo una buona lettura.



*Direttore Generale
Andrea Guidi*

*Presidente
Stefano Ricotti*

*Amministratore Delegato
Alberto Viappiani*

*Direttore Generale
Andrea Guidi*

_HIGHLIGHTS 2023 DI DALTERFOOD GROUP



159 mln di €

DI FATTURATO NEL 2023

(+8% rispetto al 2022)



oltre **36** mln

**DI LITRI DI LATTE
LAVORATI**



100%

delle aziende agricole ha
ottenuto la certificazione

BENESSERE ANIMALE



38 Audit

**PER VALUTARE IL RISPETTO
DEL BENESSERE ANIMALE**

(-2% rispetto al 2022)



CONFEZIONI

100%

riciclabili

per le linee delle monoporzioni
e delle monodosi



3 sistemi

di raccolta differenziata

Fra cui due compattatori per
la plastica e il cartone ed
un sistema big bag per il
polietilene trasparente



+7

dipendenti

nel 2023, (in termini di incremento
netto positivo con 42 nuovi
assunti e 35 cessati)



3.504 ore
di formazione

(+87% rispetto al 2022)





01 _IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ DI DALTERFOOD GROUP

_IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ DI DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group (di seguito anche “il Gruppo DalterFood” o “il Gruppo”) ha l’ambizione di essere un punto di riferimento nel suo settore, adottando un modus operandi che ha come obiettivo il rispetto delle persone e dell’ambiente a 360 gradi.

Il Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group è redatto in conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), come indicato nella tabella “Indice dei contenuti GRI”.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni relative ai dipendenti e alle informazioni economico finanziarie corrisponde a quello del bilancio consolidato al 31 dicembre 2023 del Gruppo DalterFood. Il perimetro dei dati e delle informazioni ambientali comprendono esclusivamente Dalter Alimentari S.p.A., Vip Italia GmbH (solo per gli indicatori relativi ai consumi energetici e alle emissioni) e Colline di Canossa S.r.l. con i due caseifici di Selvapiana e Cigarellino.

Il presente documento è:

- Il risultato del processo interno di raccolta dati condiviso tra molteplici funzioni aziendali;
- Redatto in collaborazione tra il Group Marketing & CSR Manager e un team di consulenza esterno specializzato nel settore della sostenibilità;
- Supervisionato dal management e approvato dal Direttore Generale.

Questo Bilancio rappresenta lo strumento atto a rendicontare l’impegno del Gruppo nei diversi ambiti ESG (Environmental, Social e Governance) con l’obiettivo di offrire una visione trasparente delle strategie, delle attività intraprese e dei risultati conseguiti per promuovere una crescita economica e lo sviluppo del business in ottica di sostenibilità.

Rispetto all’anno precedente non si segnalano variazioni significative relative alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento del Gruppo.

Il Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group e delle sue controllate si riferisce al periodo 1° gennaio – 31 dicembre 2023 e viene pubblicato con cadenza annuale. Le informazioni relative al periodo di riferimento sono poste a raffronto con quelle dell’esercizio precedente, ove disponibili, al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo. Eventuali riesposizioni di dati relativi al periodo precedente sono espressamente indicate nel documento. Per garantire l’attendibilità dei dati si è ricorso a stime solo dove strettamente necessario e, ove presenti, sono opportunamente segnalate nel testo.

Il presente Bilancio di Sostenibilità non è sottoposto ad Assurance esterna.

Il presente documento è a disposizione degli stakeholder tramite la pubblicazione sul sito aziendale: www.dalterfood.com.



1.1 L'AGENDA 2030: GLI OBIETTIVI DEL GRUPPO

DalterFood Group è una realtà attenta ai temi di Corporate Social Responsibility e si impegna attivamente sul fronte della sostenibilità ormai da anni. Nel 2021, il Gruppo ha effettuato una prima analisi volta ad identificare gli obiettivi concreti attraverso i quali contribuire al raggiungimento dei Sustainable Development Goals (SDGs) dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, come definiti dalle Nazioni Unite. I 17 obiettivi e i 169 target associati hanno l'intento di guidare i Paesi e le organizzazioni di tutto il mondo nell'adozione di comportamenti volti allo sviluppo sostenibile come, per esempio, la riduzione delle disuguaglianze, la promozione della prosperità economica, lo sviluppo sociale e la protezione dell'ambiente.

Tale analisi, aggiornata nuovamente nel 2022, ha identificato 8 obiettivi applicabili al proprio modello aziendale, di seguito rappresentati:

L'AGENDA 2030 ONU: I GOALS SCELTI DA DALTERFOOD GROUP



Per monitorare il contributo del Gruppo all'Agenda 2030, sono state elaborate una serie di azioni in tema di sostenibilità aggiornate periodicamente alla luce dei risultati emersi dall'analisi di materialità del Gruppo e approvato dai responsabili delle prime linee. Di seguito si riportano i temi e gli SDGs che DalterFood Group si impegna a raggiungere:

TEMA MATERIALE	AZIONE	SDG
<p>INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI</p> <p>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantire la salute e la sicurezza dei lavoratori attraverso l'applicazione di norme e l'adozione di procedure controllate • Fornire un'adeguata formazione del personale, garantendone la crescita professionale • Valorizzare e potenziare i talenti dei collaboratori creando percorsi di carriera • Tutelare le diversità e garantire l'inclusione a tutti i lavoratori, evitando discriminazioni • Tutelare l'occupazione creando posti di lavoro per le comunità locali, instaurare collaborazioni con gli istituti scolastici/università 	   
<p>BENESSERE ANIMALE</p> <p>CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI</p> <p>ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantire e tutelare la salute, il benessere e la libertà degli animali, coinvolgendo l'intero sistema azienda • Selezionare con attenzione la materia prima seguendo criteri di sostenibilità e tracciandone l'origine e il percorso • Ridurre le emissioni in atmosfera • Sviluppare tipologie di packaging sostenibili, riciclabili e con massima riduzione della plastica • Prestare attenzione ai consumi, tra cui quelli energetici, limitandone l'utilizzo alla quantità indispensabile al processo produttivo • Ottimizzare i trasporti al fine di ridurre/contenere le emissioni – logistica sostenibile • Prestare attenzione e diffondere buone pratiche di riciclo, seguendo processi di economia circolare • Tracciare l'utilizzo delle risorse idriche, soprattutto quelle utili al processo produttivo, per farne un uso più responsabile 	  

TEMA MATERIALE	AZIONE	SDG
GESTIONE DEI RIFIUTI E SPRECO ALIMENTARE	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire i rifiuti in maniera responsabile, lavorando maggiormente sul concetto di riduzione e sull'introduzione di nuove pratiche 	<p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p> 
PERFORMANCE ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> • Investire in ricerca e innovazione al fine di garantire prodotti e processi aziendali sempre più evoluti e sostenibili • Favorire il mantenimento di una forte presenza nei paesi con il più alto potenziale di consumo per la categoria dei formaggi nei quali l'azienda già esporta • Supportare le comunità locali e i meno fortunati attraverso un impegno concreto e definito 	<p>8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA</p>  <p>9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</p> 
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	<ul style="list-style-type: none"> • Creare un senso di condivisione e valorizzare il rapporto con gli allevatori locali • Instaurare con i fornitori un rapporto di fiducia in termini di mantenimento della relazione, e garantire il rispetto da parte dei fornitori stessi di standard qualitativi e sostenibili • Valorizzare il radicamento territoriale creando valore economico 	<p>12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI</p> 



1.2 ANALISI DI MATERIALITÀ E STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il presente Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group si basa sull'identificazione dei temi materiali, ovvero i temi più rilevanti a livello economico, ambientale e sociale – inclusi quelli sui diritti umani – e che possono influire sulle decisioni e sulle valutazioni degli stakeholder del Gruppo. Sulla base di quanto definito dal GRI Standard, e in particolare dallo standard GRI 3 – Material Topics, per questo terzo anno di rendicontazione il Gruppo ha aggiornato la propria analisi di materialità identificando e prioritizzando gli impatti positivi e negativi, attuali o potenziali, generati dalle attività aziendali e/o collegati alle sue relazioni di business.

Il processo di aggiornamento ha visto in un primo momento lo svolgimento di un'analisi di benchmark dei principali peer e competitor e di contesto, con il fine di identificare eventuali nuovi aspetti materiali, nonché intercettare nuovi possibili trend del settore alimentare rispetto il precedente esercizio di rendicontazione.

A questa fase è seguita l'organizzazione di un workshop dedicato che ha visto la partecipazione delle principali funzioni aziendali coinvolte nel processo di rendicontazione di sostenibilità, con l'obiettivo di confermare la mappatura degli stakeholder e rispettive modalità di coinvolgimento, rispetto quanto identificato nel Bilancio di Sostenibilità 2022, e identificare i temi più rilevanti per il Gruppo.

Si riporta di seguito la mappatura degli stakeholder di DalterFood Group e le rispettive principali modalità di coinvolgimento:

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
 <p>DIPENDENTI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informative esposte sulle bacheche aziendali • Social Media • Video informativi • E-mail e circolari • Software aziendale • Incontri diretti in presenza con la direzione

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
  CLIENTI	<ul style="list-style-type: none">• Contatti telefonici diretti• Incontri in presenza• Social media• Mail• Fiere ed eventi• Customer satisfaction survey
  FORNITORI	<ul style="list-style-type: none">• Incontri in presenza• Social Media• Mailing/contatti telefonici
  AZIONISTI E INVESTITORI	<ul style="list-style-type: none">• Riunioni del Consiglio di Amministrazione• Incontri periodici

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
 <p data-bbox="204 734 580 819">COMUNITÀ LOCALI E TERRITORIO</p>	<ul data-bbox="671 421 1406 698" style="list-style-type: none">• Partecipazione ad associazioni territoriali• Partecipazione in reti di relazioni di filiera• Identificazione di progetti a sostegno della comunità locale
 <p data-bbox="204 1312 580 1442">ISTITUZIONI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</p>	<ul data-bbox="671 1088 1310 1227" style="list-style-type: none">• Dialogo continuo sugli sviluppi normativi• Incontri periodici
 <p data-bbox="204 1935 580 1980">CONFERENTI LATTE</p>	<ul data-bbox="671 1693 1225 1787" style="list-style-type: none">• Incontri in presenza• Mailing/ Contatti telefonici

Seguono, in ordine prioritario, le tematiche emerse come materiali¹:

- **Qualità e sicurezza del prodotto**
- **Inclusione, benessere e crescita dei dipendenti**
- **Salute e sicurezza dei consumatori**
- **Benessere animale**
- **Etica e integrità di business**
- **Salute e sicurezza sul lavoro**
- **Economia circolare e gestione delle risorse naturali**
- **Gestione dei rifiuti**
- **Consumi energetici ed emissioni**
- **Performance economica**
- **Gestione responsabile della materia prima latte**
- **Gestione responsabile della catena di fornitura.**

Rispetto i temi materiali identificati nel precedente esercizio di rendicontazione non ci sono state variazioni.

¹ Si rimanda alla tabella "Tabella di correlazione tra impatti, temi materiali e GRI Standards" alla sezione "Appendice" del presente documento per i dettagli riguardo la descrizione dei temi materiali di DalterFood Group e i relativi impatti associati.







2023

I VALORI
CHE CI
CARATTERIZZANO

I VALORI CHE CI CARATTERIZZANO



La storia di DalterFood Group è la storia del formaggio grattugiato fresco e di un lungo percorso di innovazione per far conoscere al mondo la tradizione casearia italiana



2.1 OLTRE 45 ANNI DI ESPERIENZA

Nel 1978 un gruppo di imprenditori emiliani decidono di unire le loro esperienze per dedicarsi a un settore del tutto inesplorato, il formaggio grattugiato. E' grazie a questo incontro che nasce Dalter Alimentari S.p.A..

La passione e gli sforzi dedicati hanno permesso di creare una vasta gamma di prodotti e formati di formaggio: dalle prime soluzioni di vaschette monodose di formaggio grattugiato si è arrivati alla più ampia varietà di tagli, che rappresentano oggi il punto di forza di DalterFood.

Con ben 45 anni di esperienza nella produzione e nel confezionamento del Parmigiano Reggiano, il gruppo DalterFood è oggi uno dei principali player nel settore della produzione, del taglio e del confezionamento di formaggi duri e nella distribuzione internazionale di prodotti alimentari tipici della tradizione gastronomica italiana.



1978

Dalter Alimentari nasce nel 1978 dall'idea di quattro imprenditori emiliani che decidono di unire le loro esperienze nel settore del packaging e del Parmigiano Reggiano per dedicarsi ad un settore allora del tutto inesplorato, il formaggio grattugiato.

Acquisizione del **primo caseificio** di Parmigiano Reggiano. Nasce la filiale **Baltic Cheese**.

• 2005

Nel **2008** Dalter Alimentari si espande in **Spagna**, entrando nel capitale sociale di Star Gourmet.

2008 •

Si inizia a pensare in grande e nel **2010** viene realizzata una partnership con Genius Food ideas, azienda specializzata in verdure, per la **prima diversificazione del prodotto**.

Nasce Italia Formaggi Ltd, distributore di prodotti italiani nel **Regno Unito**.

• 2011

Nel **2013** la **Germania** diventa un mercato strategico per il made in Italy e Dalter Alimentari acquista quote di **Vip Italia GmbH**, uno storico distributore di formaggi italiani e nel 2014 viene creata una joint venture per l'apertura di uno stabilimento in **Brasile**.

2013/14 •

Le aziende consociate si riuniscono in un'unica realtà internazionale, dando vita all'attuale **DalterFood Group**.

• 2018

Con l'obiettivo di focalizzarsi ulteriormente nella realizzazione degli obiettivi del Piano Strategico 2021-2023, nel **2021** DalterFood Group introduce nel suo organico la figura del **Direttore Generale**, a diretto riporto del Consiglio di Amministrazione

2021 •

Il **2022** è segnato da un traguardo importante, DalterFood acquista il 100% della proprietà di **VIP Italia**, che diventa così a tutti gli effetti, la filiale tedesca del gruppo

2022

DalterFood
Group
Best Italian Cheese Solutions

2.2 I NOSTRI VALORI

L'obiettivo di DalterFood Group è portare nelle tavole del mondo i migliori formaggi stagionati italiani DOP, tra cui il Parmigiano Reggiano, ed altre eccellenze casearie grazie alla passione dedicata nelle lavorazioni e al rispetto della tradizione alimentare italiana.

_LA NOSTRA VISION

“
Emozionare tutte le **persone** che nel mondo **amano il buon cibo** con **prodotti sostenibili** e i sapori della **tradizione alimentare italiana**.”

_LA NOSTRA MISSION

“
Mettere ogni giorno a disposizione del cliente la nostra capacità di **ascolto** e la nostra **esperienza** nel settore lattiero caseario italiano, per proporre **soluzioni personalizzate** che raccontino con passione la storia dei nostri prodotti.”



Ogni giorno DalterFood Group si impegna a trasmettere i propri valori, quali:

INNOVARE INSIEME



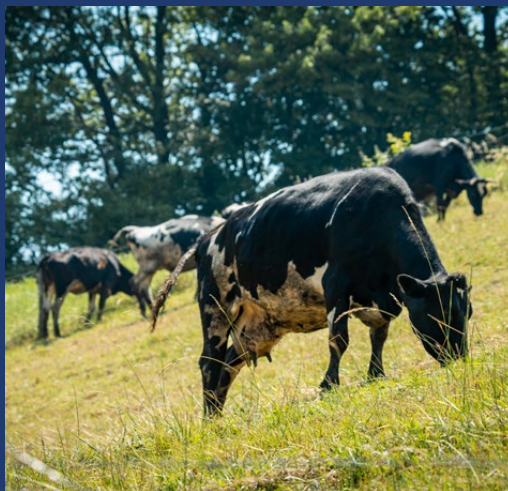
Dall'ascolto dei fornitori, dei clienti e delle nostre persone, nascono idee, processi e prodotti sempre migliori.

NUTRIRE ITALIANO



Rispettiamo e valorizziamo la cultura dei sapori italiani e la esportiamo nel mondo.

CRESCERE SOSTENIBILE



Crediamo nella cura delle relazioni e condividiamo obiettivi di sostenibilità con i componenti della filiera.

GENERARE FIDUCIA



Lavoriamo con trasparenza e competenza per garantire ai nostri clienti altissimi standard di qualità.

Nel 2023, con l'obiettivo di rafforzare la percezione di appartenenza ad un unico gruppo e di modernizzare il visual design, sono stati rivisti i loghi di Dalter Alimentari S.p.A., Dalter Uk, VIP e Colline di Canossa, utilizzando l'onda, simbolo delle colline del nostro Appennino, come elemento identitario e identificativo del Gruppo. Di conseguenza, anche i loghi dei caseifici di Selvapiana e Cigarello sono stati rivisitati così da accentuare i tratti comuni e il legame con il territorio.

LOGHI 2022



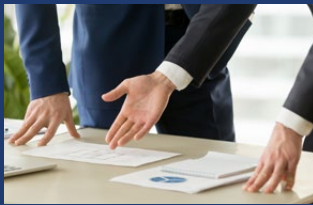
NUOVI LOGHI 2023



2.3 GOVERNANCE E ASSETTO SOCIETARIO

Le aziende facenti parte del nome commerciale DalterFood Group, a livello societario, sono di proprietà di un gruppo di imprenditori emiliani che nel tempo hanno saputo garantire la crescita mantenendo intatti i valori e le peculiarità di ciascuna società.

Tutte le società sono caratterizzate da un modello tradizionale di Corporate Governance, rispondente al paese in cui la società ha sede. Il Consiglio di Amministrazione delle società è incaricato della corretta gestione ed amministrazione del business, il Collegio Sindacale ha la funzione di vigilanza (presente solo nelle società italiane) mentre la revisione legale dei conti e il controllo contabile sono affidati a società di revisione nominate dall'assemblea ordinaria.



Consiglio di Amministrazione

Gestisce i poteri dell'impresa salvo i casi in cui la legge richieda una specifica autorizzazione.



Collegio Sindacale

Ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, in particolare, sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.



Organismo di vigilanza

Ha autonomi poteri di iniziativa e controllo ed è deputato a vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del modello di organizzazione, gestione e controllo di DalterFood Group di cui al D. Lgs.231/2001, nonché di curarne l'aggiornamento.

La capogruppo è **Dalter Alimentari S.P.A.**, società privata con sede in via val d'Enza 134 a Sant'Ilario d'Enza (RE - Italia), che opera attraverso gli stabilimenti produttivi diretti e commercializza sia in Italia che all'estero, ed esercita il ruolo di direzione e coordinamento delle politiche commerciali, gestionali e finanziarie delle Società controllate.

Il Consiglio di Amministrazione di Dalter Alimentari S.p.A è composto dal Presidente, dall'Amministratore Delegato e dal Consigliere, a rappresentanza della proprietà, e si riunisce su base mensile con l'obiettivo di monitorare l'andamento economico finanziario del Gruppo e discutere dei principali aspetti di business. La strategia legata alle tematiche di sviluppo sostenibile viene redatta dalla direzione generale e dai responsabili di funzione, che condividono con cadenza mensile gli avanzamenti sui singoli progetti.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31.12.2023	INCARICO	DATA ATTO DI NOMINA
RICOTTI STEFANO	Presidente	29/06/2021
VIAPPIANI ALBERTO	Amministratore Delegato	05/07/2021
RICOTTI MARTINO	Consigliere	29/06/2021

COLLEGIO SINDACALE AL 31.12.2023	INCARICO	DATA ATTO DI NOMINA
BERTANI ALBERTO	Sindaco	05/07/2023
RAVACCHIA FRANCESCO	Sindaco	05/07/2023
SASSI ANDREA	Sindaco	05/07/2023
RINALDI ROBERTO	Sindaco supplente	05/07/2023
FONTANA FILIPPO	Sindaco supplente	05/07/2023

Il CdA è composto da soli azionisti, che hanno nominato un Direttore Generale a cui compete la gestione strategica ed ordinaria del business del Gruppo. Il Direttore Generale è una figura indipendente e non ricopre la posizione di Presidente né di Amministratore Delegato.

Il Direttore Generale partecipa al CdA insieme al Chief Financial Officer, al Controller e al Direttore Vendite. Tutti i componenti del CdA e del Collegio Sindacale sono uomini di nazionalità italiana e con età maggiore di 50, ad eccezione di un membro di età compresa fra i 30 e 50. A novembre 2023 è stata inoltre nominata una Procuratrice Speciale per svolgere le funzioni di delegato funzionale in materia di sicurezza alimentare. Al 31 dicembre 2023, il gruppo dei responsabili di funzione è composto da 9 persone, di cui 2 donne e 7 uomini, tutti di nazionalità italiana.

La gestione strategica e ordinaria degli impatti dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone è affidata al Direttore Generale, supportato dai diversi responsabili di funzione. Non sono presenti, tuttavia, ad oggi processi per la valutazione delle performance del Direttore Generale relative ai temi economici, ambientali e sociali.

I temi materiali sono approvati dal Direttore Generale. In tale occasione, lo stesso viene informato su eventuali sviluppi del contesto normativo e/o aggiornamenti sugli standard di rendicontazione utilizzati.

Le politiche retributive della Direzione Generale sono di competenza del Consiglio di Amministrazione, mentre quelle dei dipendenti sono gestite dal Direttore Generale, che ricopre anche la funzione di Responsabile delle Risorse Umane. La retribuzione dei dipendenti è determinata sulla base delle competenze, delle responsabilità assegnate e dell'anzianità lavorativa. La retribuzione della Direzione Generale è stabilita dal Consiglio di Amministrazione.

A livello di Gruppo, il rapporto tra la retribuzione totale annua dell'individuo più pagato e la retribuzione mediana dei dipendenti (esclusa la persona più pagata) è pari a 8,99 nel 2023.

ORGANIGRAMMA DALTER ALIMENTARI S.p.A.

PRESIDENTE

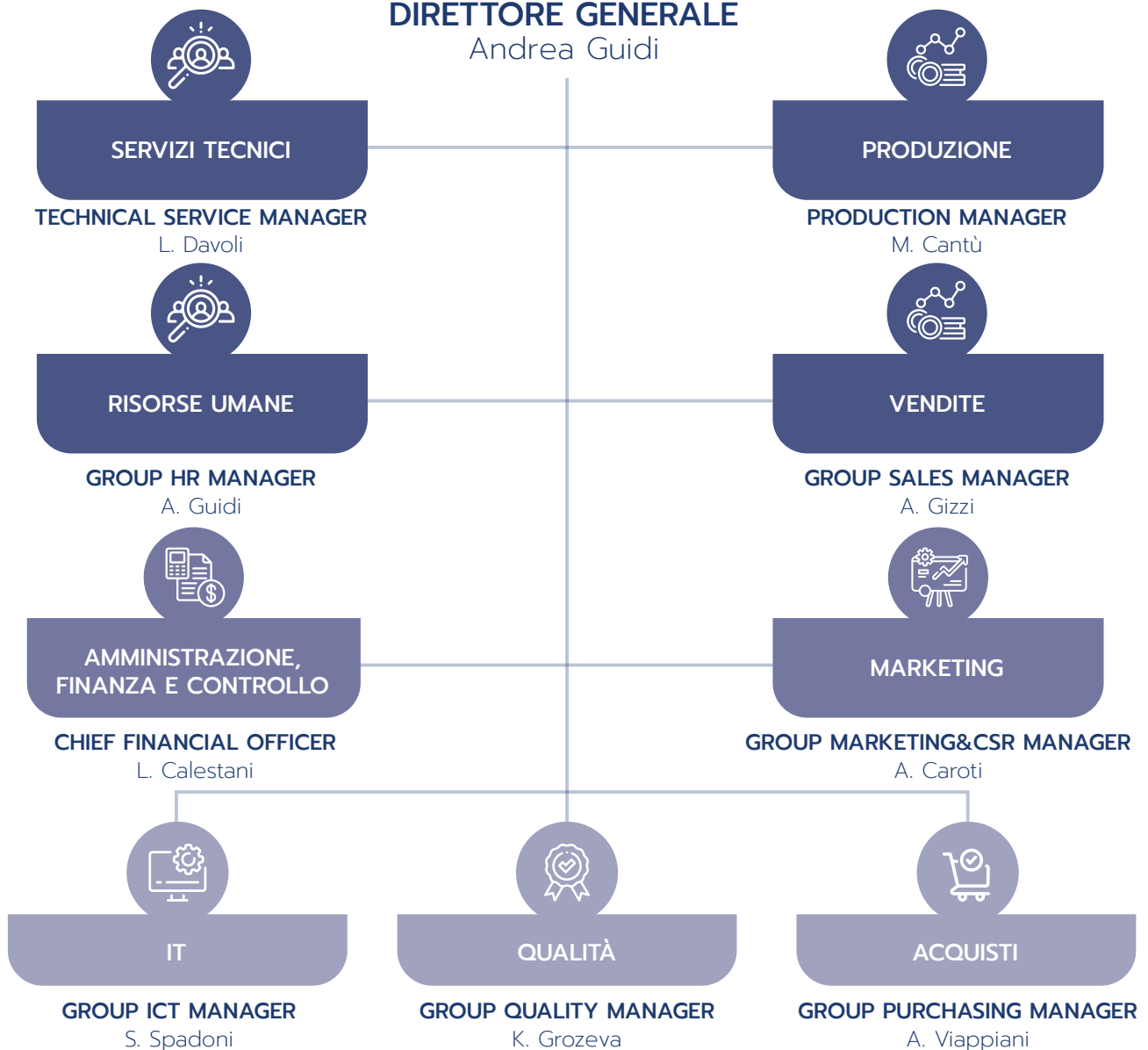
Stefano Ricotti

AMMINISTRATORE DELEGATO

Alberto Viappiani

DIRETTORE GENERALE

Andrea Guidi



2.4 ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS

Consapevole che solo da obiettivi e impegni condivisi possa nascere reciproca soddisfazione e valore per la collettività, DalterFood Group fa del rispetto dei principi etici e della trasparenza nello svolgimento dell'attività aziendale una condizione necessaria del fare impresa.

Il **Codice Etico** di DalterFood Group, aggiornato nel 2023, esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione del business al fine di costruire un ambiente sano, caratterizzato da un forte senso di integrità etica. Attraverso questo documento, il Gruppo richiede di seguire una condotta in linea con i principi aziendali, tenendo in considerazione le diversità culturali, sociali ed economiche. Il Codice è efficace e vincolante per tutti i soggetti in diretto contatto con il Gruppo e le Società che lo compongono.

Il Codice Etico di DalterFood Group tiene conto dei seguenti **principi**:



QUALITÀ DEI
PRODOTTI E
SALUTE DEL
CONSUMATORE



RISPETTO DELLE
PERSONE E
TUTELA DELLA
DIVERSITÀ



TUTELA DELLA
SALUTE E
SICUREZZA SUL
LAVORO



TRASPARENZA
ONESTÀ E
FIDUCIA



SODDISFAZIONE
DEI CLIENTI



SOSTENIBILITÀ
SOCIALI E
RAPPORTO CON I
TERRITORI



TUTELA
DELL'AMBIENTE E
DEL BENESSERE
ANIMALE

Ogni dipendente o collaboratore, al momento dell'assunzione, riceve copia del documento che è tenuto a sottoscrivere. Nel corso del periodo di rendicontazione, non si sono registrati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti.

CRITERI DI CONDOTTA GENERALI

- ✓ ONESTÀ, LEGALITÀ E IMPARZIALITÀ
- ✓ PREVENZIONE E RISOLUZIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE
- ✓ ADEGUATEZZA DI ELARGIZIONI O ACCETTAZIONE DI DONI O ALTRE UTILITÀ
- ✓ TRASPARENZA, TRACCIABILITÀ DELLE OPERAZIONI, COMUNICAZIONE E GESTIONE DELLE INFORMAZIONI
- ✓ RISERVATEZZA
- ✓ TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE
- ✓ TUTELA DELLA PRIVACY E CYBER SECURITY



Controllo interno e organismo di vigilanza

L'Organismo di Vigilanza è incaricato di gestire l'efficacia e l'ottemperanza del Codice Etico e del Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001².

Tra i vari compiti dell'Organismo, vi è anche quello di valutare eventuali segnalazioni ricevute da parte dei dipendenti in merito a comportamenti in contrasto al Codice Etico ed effettuare le relative indagini, mantenendo la massima confidenzialità e riservatezza. Nel periodo di rendicontazione è stato implementato il **sistema digitale di whistleblowing**, un **canale anonimo** per le segnalazioni accessibile a tutti i dipendenti e stakeholder esterni, garantendo la possibilità di sollevare preoccupazioni senza timori di ritorsioni o sanzioni. Durante il 2023 inoltre, tutti i dipendenti hanno ricevuto formazione su queste tematiche e sul corretto utilizzo del canale. Dal momento della sua istituzione, l'OdV non ha mai ricevuto segnalazioni.

L'organizzazione ritiene fondamentale dotarsi di evoluti strumenti di analisi e prevenzione, come quello del Risk-Based Thinking³, che permettano di prendere delle tempestive ed efficaci decisioni, a seguito di precise valutazioni dei rischi e delle opportunità delle proprie scelte. L'approccio Risk-Based Thinking si pone quindi l'obiettivo di perseguire i risultati previsti, dando la possibilità di cogliere le occasioni di miglioramento, eliminando o riducendo il più possibile le ricadute negative sull'operatività determinate dall'organizzazione o condizioni esterne ad essa.

Anticorruzione e tutela della privacy

Uno dei principi cardine della reputazione del Gruppo è la conduzione delle proprie pratiche di business in modo onesto, legale e imparziale. In tale contesto, DalterFood Group si è dotato di una Policy Anticorruzione valida per tutte le società del Gruppo, in linea con quanto espresso nel Codice Etico e i principi di condotta su cui si fonda.

Per tutelare la privacy dei collaboratori, DalterFood Group adotta tutti gli standard necessari per garantire le più accurate modalità di trattamento e di conservazione dei dati. Tali standard prevedono il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore, delle norme a protezione della privacy e del trattamento dei dati ai sensi del D.Lgs. 196/03 e dell'analoga legislazione vigente nel Regno Unito.

Inoltre, viene garantito che le informazioni e i dati acquisiti nell'esercizio delle attività aziendali vengano utilizzati nei limiti e secondo le procedure aziendali e nel rispetto della normativa nazionale del paese in cui l'azienda del Gruppo opera.

Nel corso dell'anno di rendicontazione DalterFood Group non ha rilevato episodi di corruzione, nè azioni legali relative al comportamento anti-competitivo e violazioni di leggi anti-trust e contro il monopolio, nè reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati.

² Il Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 è valido per le società con sede in Italia, l'Organismo di Vigilanza è il medesimo per tutte le società del Gruppo.

³ Modalità proattiva di affrontare problematiche tramite una raccolta sistematica di informazioni, conoscenze e azioni per affrontare l'incertezza e le potenziali opportunità da cogliere mediante l'adozione di Sistemi di Gestione integrati.

Trasparenza e legalità

DalterFood Group si impegna ad operare rispettando i principi di chiarezza, correttezza e trasparenza per far sì che le operazioni, le negoziazioni e i comportamenti volti allo svolgimento della propria attività lavorativa, vengano improntati sulla massima correttezza gestionale del Gruppo, senza favoreggiamenti di alcun gruppo di interesse o singolo individuo. Tutti i collaboratori sono tenuti a dare informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate.

In particolare, nella formulazione dei contratti, il Gruppo ha cura di specificare al contraente, in maniera chiara e trasparente, tutti gli aspetti, le clausole e i comportamenti da tenere in tutte le circostanze previste. Infine, per prevenire l'eventuale insorgenza di conflitti di interesse, il Direttore Generale, l'Amministratore Delegato e il Presidente non sono impegnati in altri CdA esterni al Gruppo.







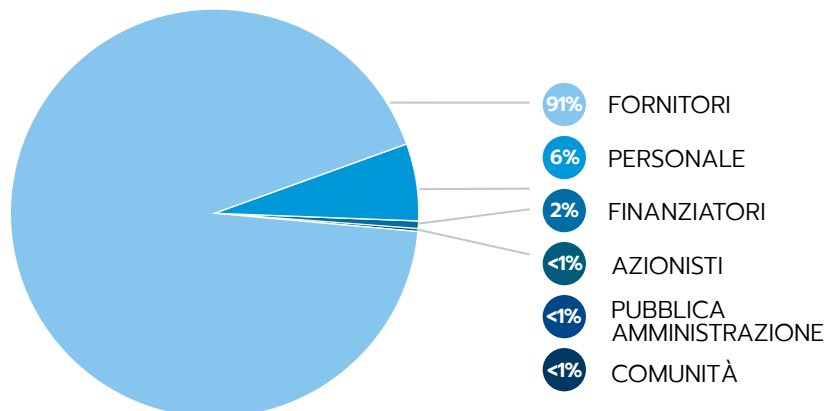
IL VALORE ECONOMICO CONDIVISO

_IL VALORE ECONOMICO CONDIVISO

DalterFood Group è consapevole delle responsabilità di natura economica legate alla propria attività: dalla performance economica dipende il valore distribuito⁴ ai vari portatori di interesse. Nonostante le turbolenze economiche e geopolitiche che hanno influenzato l'andamento dei prezzi di alcune delle principali materie prime presenti sul mercato, nel 2023 il Gruppo ha dimostrato una decisa resilienza generando 163.109 migliaia di euro. I proventi derivano esclusivamente dall'attività aziendale: la vendita di prodotti genera il valore economico dell'impresa che, in un'ottica di coinvolgimento e condivisione dei risultati conseguiti, viene in massima parte distribuito tra gli stakeholder che hanno intrattenuto con il Gruppo rapporti economicamente rilevanti, che vi hanno apportato valore (come quello derivante dal lavoro) e che hanno contribuito a generare a vario titolo il benessere dell'impresa. Il valore economico che resta dopo la distribuzione è trattenuto dal "sistema aziendale", che accantona le risorse necessarie allo sviluppo dell'organizzazione. Il valore economico distribuito agli stakeholder di DalterFood Group nel 2023 è di circa 158 milioni, in leggera crescita (+2%) rispetto al 2022 (149 milioni di euro). Di questo, l'89% è distribuito ai fornitori del Gruppo, seguiti dal personale (6%) e dagli istituti finanziari (2%).

	31.12.2022 EURO MIGLIAIA	%	31.12.2023 EURO MIGLIAIA	%
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO	155.511	100%	163.109	100%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO⁵	148.221	95%	158.581	97%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	7.290	5%	4.528	3%

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO NEL 2023



⁴ Il valore economico distribuito è composto da: costi operativi, retribuzioni e benefit, pagamenti ai fornitori di capitale e pagamenti alla Pubblica Amministrazione. Tutti i dati relativi al prospetto di valore economico generato e distribuito sono stati reperiti dal Conto Economico d'esercizio e rielaborati sulla base delle indicazioni dei GRI Standards.

⁵ Si segnala che nel corso del 2023 e 2022 sono stati erogati, rispettivamente, dividendi agli Azionisti pari a 1.200 migliaia e 1.000 migliaia di Euro mediante prelievo di parte della Riserva utili esercizi precedenti.

3.1 COME OPERIAMO

Dalla produzione alla distribuzione, DalterFood Group opera in diversi mercati producendo e distribuendo le migliori specialità casearie italiane in Europa e nel mondo. La prosperità e il riconoscimento del Gruppo sono state il risultato di un mix bilanciato tra:

- l'attenzione per la qualità (sia di prodotto, nella selezione delle migliori materie prime, che di processo)
- la propensione all'innovazione: grazie all'intuito di DalterFood Group arriva sul mercato italiano il formaggio grattugiato confezionato, un prodotto che, insieme a molti altri presentati nel corso degli anni, ha modificato le abitudini di consumo del formaggio.

Forte di questa vocazione all'innovazione e alla qualità, DalterFood Group si è lanciata in sfide sempre più impegnative. In particolare, dopo aver consolidato il proprio primato nel settore food service e della ristorazione commerciale e collettiva, ha avviato una politica di internazionalizzazione, prima focalizzandosi sui mercati europei più esigenti e poi allargando il raggio d'azione alle aree extra-UE. Oggi il Gruppo serve 29 Paesi in tutto il mondo e all'estero realizza circa l'85% del fatturato, grazie alle due filiali e alla sua rete commerciale.

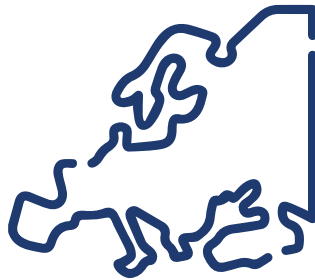
RIPARTIZIONE FATTURATO PER AREA GEOGRAFICA (ANNO 2023)



24.282.000€

15,3%

Italia



132.316.000€

83,4%

Europa



2.112.000€

1,3%

Resto del mondo

3.2 IL MERCATO SERVITO E I PRODOTTI OFFERTI

Come anticipato nei paragrafi precedenti, DalterFood Group è specializzato nella produzione e nel confezionamento di un'ampia gamma di formaggi e di altri prodotti caseari tipicamente italiani, incontrando le diverse necessità delle industrie alimentari servite, degli operatori del food service e del canale retail.

IL MODELLO DI BUSINESS DI DALTERFOOD GROUP



LA RACCOLTA DEL LATTE

La qualità del nostro latte deriva da **relazioni di fiducia di lungo periodo con allevatori selezionati**.



LA PRODUZIONE DEL PARMIGIANO REGGIANO

Garantiamo **l'eccellenza del nostro Parmigiano Reggiano** con caseifici di proprietà e investimenti continui in formazione e innovazione.



LA PORZIONATURA DEI FORMAGGI

Gestiamo **un'ampia varietà di tagli e confezioni** di formaggi duri e semiduri, dalle monoporzioni ai formati per l'industria alimentare.



EXPORT E DISTRIBUZIONE

Portiamo nel mondo specialità italiane attraverso **la nostra rete di filiali**, logistiche e di vendita.



Nello specifico, tra i principali prodotti offerti si ritrovano:

- **Formaggi duri italiani DOP**
 (Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino Romano)
- **Formaggi duri italiani non DOP**
- **Formaggi a pasta filata** (burrata, burrata di bufala)
- **Formaggi freschi**
 (Mozzarella, mozzarella di bufala, gorgonzola)
- **Formaggi IQF**
 (Individually Quick Frozen⁶)
- **Formaggi adatti ai vegetariani, prodotti con caglio microbico**
 (Spinoro, Doronico e Pastamore)
- **Altre specialità italiane**
 (Salumi, antipasti di verdura)

L'unicità del Gruppo è data proprio dall'ampiezza della gamma dei prodotti offerti: al Parmigiano Reggiano (elemento di punta di DalterFood Group) sono stati affiancati dapprima formaggi italiani di grande tradizione, come il Grana Padano e il Pecorino Romano, e poi una selezione di formaggi italiani ed esteri, come Spinoro, Mozzarella, Emmenthal, Edamer e Pastamore. Ma non solo: negli anni sono stati introdotti una grande varietà di tagli - ad esempio, cubetti, foglie, pepite, scaglie, stick e filetti - e di confezioni, sempre con l'obiettivo di soddisfare le esigenze del maggior numero di clienti possibile.

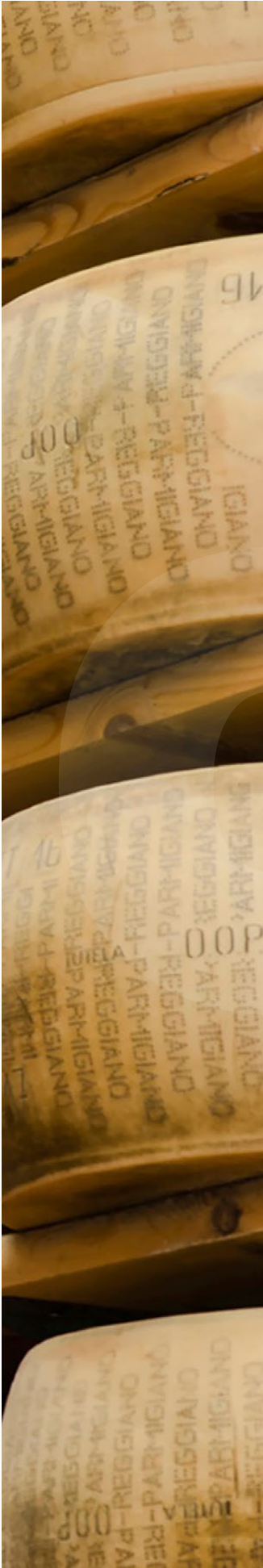
Oltre a creare un nuovo modello di filiera, etico ed equilibrato, in cui l'eccellenza è il valore da premiare, il Gruppo si è impegnato a migliorare il tessuto produttivo locale incentivando piccole realtà, come i caseifici di montagna. Nei **due caseifici** si producono oggi **230 forme** al giorno e si lavorano oltre 1.000 quintali di latte proveniente da stalle limitrofe, ubicate sia in pianura che in zone di montagna. Questo consente di produrre Parmigiano Reggiano convenzionale, Parmigiano Reggiano Biologico e Parmigiano Reggiano Certificato Prodotto di Montagna.

Per quel che concerne l'etichettatura e le informazioni in tutti i prodotti e servizi offerti da DalterFood Group, viene indicata l'origine, il contenuto, l'utilizzo sicuro e lo smaltimento relativo ad essi.

⁶ Indica il processo attraverso il quale i prodotti sono surgelati individualmente e non in un blocco unico. Attraverso questo processo i singoli ingredienti di un prodotto alimentare vendono surgelati separati l'uno dall'altro in modo tale da permettere al consumatore l'utilizzo del quantitativo di prodotto desiderato ed evitare gli sprechi.







4

_LA
SOSTENIBILITÀ
DELLA FILIERA

_LA SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA

DalterFood Group ha lavorato duramente negli anni per ottenere un modello di filiera unico, performante e sostenibile, nel quale gli attori presenti sono incoraggiati a dare il massimo per fornire un prodotto di altissima qualità. Per fare ciò, tutte le fasi della filiera sono soggette a controlli da parte del Gruppo: dalla raccolta del latte alla produzione nei due caseifici di proprietà, sino ad arrivare al taglio, al confezionamento e alla distribuzione sul mercato italiano ed estero.

Ascoltiamo le vostre esigenze per dare un nuovo taglio alle vostre aspettative. E la qualità non scende a compromessi.

Il Parmigiano Reggiano è un **formaggio DOP di altissimo livello qualitativo**, unico sul mercato italiano e internazionale, la cui produzione, dalla mungitura del latte fino alla stagionatura e al confezionamento, è disciplinato dal Consorzio di Tutela del Parmigiano Reggiano. Le montagne di Reggio Emilia sono il cuore pulsante della produzione del Gruppo, luoghi imprescindibili per la produzione del Parmigiano Reggiano, in cui l'esperienza dei casari e i metodi di produzione tramandati nel tempo rendono questo formaggio unico. Il latte viene acquistato da 42 conferenti che soddisfano i migliori requisiti in termini di qualità e di benessere animale. Essi sono considerati non solo fornitori, bensì veri e propri partner strategici. Il panorama delle aziende agricole che collaborano con il Gruppo è variegato sia in termini di dimensione, da piccole aziende familiari di 40 capi fino a grandi realtà da 200, sia di ubicazione, pur mantenendo una distanza massima di 35 km dal caseificio di riferimento. Questo consente ai caseifici di Selvapiana e Canossa e del Cigarello e Canossa di lavorare ogni giorno oltre 1.000 quintali di latte di pianura e di montagna, per produrre 230 forme di Parmigiano Reggiano convenzionale, di montagna, biologico e di sola Pezzata Rossa.



LA PRODUZIONE DEL PARMIGIANO REGGIANO



La produzione ha inizio con l'arrivo del latte della mungitura serale al caseificio, dove viene lasciato a riposare fino al mattino in apposite vasche d'acciaio a temperatura controllata: durante la notte avviene il processo di affioramento della panna, che sarà poi destinata alla produzione di burro, mentre il latte scremato viene miscelato insieme al latte intero della mungitura del mattino. Si aggiungono quindi il caglio e il siero innesto, coltura di fermenti derivante dal siero della lavorazione del giorno precedente, processo con il

quale inizia la coagulazione, che ha una durata di circa 10 minuti. Il latte coagulato (cagliata) viene frammentato in tanti piccoli granuli dal casaro utilizzando lo spino, un attrezzo molto antico. Questa procedura è molto importante: è il casaro, in base alla sua esperienza e sensibilità, a decidere la dimensione del granulo e quindi a determinare la qualità del prodotto futuro. Una volta completato questo passaggio, si avvia l'operazione di cottura a circa 55 gradi. Terminata la cottura e lasciata a riposo per 50-60 minuti, la massa viene sollevata ed estratta dalla caldaia per dare vita a due forme gemelle di Parmigiano Reggiano. Ogni caldaia contiene 1.100 l di latte e per produrre una forma di Parmigiano Reggiano servono circa 550 l. Una forma pesa in media dai 38 ai 40 kg; pertanto, sono necessari 14 l di latte per produrre 1 kg di Parmigiano. Una volta estratte dalle caldaie le





forme vengono poste in asciugatura per 2/3 giorni per poi essere posta in salamoia per 15/17 giorni.

Il successivo processo di stagionatura consente di trasformare una cagliata in Parmigiano Reggiano. Terminata la fase di salatura, le forme vengono trasportate in magazzino e fatte riposare su assi di legno, dove rimangono per tutto il periodo della stagionatura. La parte esterna si asciuga e forma una crosta che, non essendo trattata, è edibile. Il periodo di stagionatura varia da un minimo di 12 mesi fino a 40-48 mesi. È durante questo periodo che il Parmigiano Reggiano assume la sua fragranza, i suoi aromi, i suoi profumi. Al termine del 12° mese (periodo minimo di stagionatura), gli esperti del Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano provvedono a esaminare le forme e a selezionarle una ad una, la cosiddetta "espertizzazione tramite battitura a martello", per confermare che la forma rispetta tutti i requisiti della denominazione d'origine protetta e possa quindi fregiarsi, tramite apposizione del tipico marchio a fuoco, della denominazione "Parmigiano Reggiano". Durante la fase iniziale della stagionatura, le forme vengono spazzolate, rigirate e controllate ogni giorno, per assicurarsi che la stagionatura avvenga in modo uniforme e perfetto.



TAGLIO E CONFEZIONAMENTO

Le forme di Parmigiano Reggiano Pecorino Romano e di tutti gli altri formaggi a pasta dura, dopo la stagionatura, vengono trasportate allo stabilimento di Sant'Ilario d'Enza per la fase di porzionatura e confezionamento. Qui le forme destinate al taglio e confezionamento vengono prima di tutto lavate, asciugate e porzionate per poi, nella seconda fase di lavorazione, diventare tranci, petali, scaglie, filetti, pepite o formaggio grattugiato, confezionato in packaging di dimensione variabile per rispondere al meglio alle richieste dei diversi clienti (dai 5 gr ai 5 kg per i sacchi, mentre invece si arriva ai 2 kg per i tranci sottovuoto). A Sant'Ilario vengono inoltre prodotte le varie referenze di mix, miscele di formaggi per l'industria e la ristorazione, appositamente studiate e bilanciate per soddisfare tutte le esigenze di preparazione, che si tratti di insaporire un ripieno, di ottenere una gratinatura dorata o arricchire di gusto una pizza surgelata.

Con oltre 20 linee di produzione, DalterFood Group investe nello sviluppo di soluzioni tecnologiche per offrire confezioni sempre più pratiche, versatili e in grado di garantire la massima freschezza e sicurezza dei propri formaggi. Tali tecnologie sono adottate anche in un'ottica di circolarità e di riduzione dei materiali utilizzati con l'obiettivo di diminuire l'impatto delle proprie attività di business nei confronti dell'ambiente.



4.1 IL RAPPORTO CON I FORNITORI

DalterFood Group acquista da fornitori esterni, oltre a formaggi di altra tipologia, anche alcune forme di Parmigiano Reggiano laddove la produzione interna alla filiera non sia sufficiente a coprire le necessità del mercato. Il Gruppo presta grande attenzione all’approvvigionamento di tutte le materie prime, attraverso la definizione di rigorosi protocolli e procedure, essenziali per garantire l’alta qualità che caratterizza i suoi prodotti lungo la catena del valore. L’attenzione alla supply chain profusa dal Gruppo deriva dalla necessità di coordinare le tante attività industriali che sono convogliate verso categorie di prodotto specifiche, con l’obiettivo di raggiungere i livelli di efficienza indispensabili per poter continuare a competere su tutti i mercati.

DalterFood Group si sta impegnando a collaborare con partner sensibili ai temi della sostenibilità, ponendosi come obiettivo per il medio lungo termine, la realizzazione di un questionario volto a valutare il loro grado di sensibilità alle tematiche sociali e ambientali. Nel 2023, il Gruppo ha rivisto il suo Codice Etico, condiviso con tutti gli stakeholder, primi tra tutti i dipendenti, e si è dotato di un **Supplier Code of Conduct**, la cui sottoscrizione è un requisito preliminare in ogni contratto di fornitura con DalterFood. Con l’accettazione di quest’ultimo, i fornitori di tutte le società del Gruppo si impegnano affinché le proprie attività siano soggette alle disposizioni contenute nel Codice in tema di diritti umani, sostenibilità ambientale, protezione dei dati e della privacy.

	1107 FORNITORI	Materie prime	150
		Altri servizi	957

4.1.1 | I conferenti latte, partner strategici per il Gruppo



43
CONFERENTI

che coltivano e autoproducono i foraggi



35
KILOMETRI

il raggio entro il quale sono situate le stalle



0
MESI

di attesa del pagamento grazie al “Credito di filiera”

CONFERENTI	U.M.	2022	2023
Totale conferenti	N.	41	43
Distanza massima tra conferente e azienda	KM	32	35
Totale latte conferito e lavorato dalla filiera all'anno	LITRI	32.606.273	35.886.720
Media giornaliera di latte conferita	N.	89.332	98.320
Totale capi presenti presso i conferenti	N.	5.247	5.766
Totale ispezioni/audit annui effettuati dall'azienda verso I conferenti	N.	14	15
Totale verbali/non conformità rilevate	N.	0	0

FIDUCIA RECIPROCA E COLLABORAZIONE

“Avere allevatori fedeli, che lavorano con passione, consapevoli ed entusiasti di essere parte di una squadra e, soprattutto, protagonisti di un grande progetto è per noi molto importante.”

Per creare un rapporto di reciproca fiducia DalterFood Group ha introdotto – per primo nel settore – il **credito di filiera** grazie alla collaborazione con un istituto di credito al quale il Gruppo si appoggia. Attraverso questo credito gli allevatori possono ricevere subito il pagamento del loro latte, contro una media di dilazione del settore di circa 12 mesi e, in alcuni casi, punte di 24 mesi. Questa strategia ha dato loro la possibilità di pianificare gli investimenti destinati a modernizzare la struttura e a garantire, quindi, latte di qualità. Il Gruppo ha messo a disposizione degli allevatori la propria consulenza in materia finanziaria e legale, con l’obiettivo di aiutarli a crescere come imprenditori. Infine, ha garantito loro la presenza costante di specialisti di Assicurazione Qualità e di un tecnologo alimentare per gestire le stalle in linea con le normative vigenti e porre maggiore attenzione al benessere degli animali. **Tutti gli allevatori del Gruppo hanno infatti ottenuto la Certificazione del Benessere** Animale secondo il protocollo Classyfarm.

In aggiunta, a seguito della decisione del Consorzio del Parmigiano Reggiano di dare la possibilità di convogliare il latte destinato alla produzione del Parmigiano Reggiano ad altri usi in specifici momenti dell’anno, le aziende agricole possono dedicarsi alla lavorazione di altri prodotti caseari richiesti dai consumatori e cogliere le opportunità di mercato più favorevoli. Per aiutare i propri fornitori in tal senso DalterFood Group ha installato presso il caseificio del Cigarellino e Canossa un centro di scoltatura del latte e due frigoriferi in modo da offrire la possibilità di stoccaggio anche ad altri caseifici.



4.2 L'ATTENZIONE AL BENESSERE ANIMALE

DalterFood Group è convinta che la responsabilità d'impresa si misuri lungo tutta la filiera produttiva e che una comunicazione trasparente sia uno strumento indispensabile per consentire ai consumatori di compiere scelte di acquisto consapevoli. Per questo, pur non allevando direttamente bovine da latte, buone pratiche di allevamento e il benessere animale sono in primo piano.

Migliore è la qualità di vita delle bovine, migliore sarà la qualità della produzione lattiero-casearia.

Il tema del benessere animale sta incontrando un crescente interesse nell'opinione pubblica, sempre più attenta e sensibile alle questioni che riguardano sostenibilità, etica e qualità dei consumi e delle abitudini. DalterFood Group continua a lavorare su vari fronti per proseguire nel miglioramento del suo impatto ambientale e della sostenibilità della filiera. Come sopra anticipato, la filiera del Parmigiano Reggiano del Gruppo ha rinnovato **la certificazione volontaria del Benessere Animale**, rilasciata da Certiquality **secondo il protocollo di ClassyFarm**, l'ente di riferimento nazionale per il Benessere Animale. La certificazione riguarda quattro aree di attività: management aziendale e del personale, strutture e attrezzatura, condizioni di vita degli animali e biosicurezza.



100%

delle aziende agricole ha ottenuto la **Certificazione Benessere Animale**



100%

dei conferenti latte ha subito nell'ultimo triennio una **verifica di controllo da parte dei veterinari del consorzio del parmigiano reggiano**, incaricati da DalterFood Group.



38 AUDIT

di verifica svolti dal Gruppo ai conferenti per valutare il **rispetto del benessere animale**.



Per ottenere questa certificazione, che attesta l'uso di latte conferito da stalle che rispettano i requisiti del **Benessere Animale**, le aziende devono "superare" un esame che riguarda quattro macroaree della propria attività:



- ✓ **Management aziendale e del personale;**
- ✓ **Strutture e attrezzature;**
- ✓ **Condizioni di vita degli animali negli allevamenti;**
- ✓ **Biosicurezza.**



CERTIQUALITY è il punto di riferimento delle organizzazioni che desiderano ottenere la certificazione volontaria dei prodotti lattiero-caseari ottenuti con latte proveniente da allevamenti in possesso di attestazione rilasciata dal CRENBA sul benessere animale.

I vantaggi di un prodotto Certiquality:

- Latte lavorato proveniente da stalle in possesso di attestazione di Benessere Animale rilasciata dal CRENBA, che evidenzia il superamento del punteggio minimo previsto dallo standard CRENBA;
- Mantenimento dell'attestazione nel tempo;
- Garanzia del rispetto delle cinque libertà del benessere animale in accordo con la politica europea in materia di benessere;
- Tutte le fasi del processo che vanno dall'allevamento delle bovine alla raccolta, al trasporto e alla trasformazione del latte sono tenute sotto controllo mediante l'applicazione dei principi di identificazione e rintracciabilità;
- Certiquality, ente terzo indipendente verifica il rispetto dei seguenti parametri:
 - libertà dalla fame, dalla sete e dalla cattiva nutrizione
 - libertà dai disagi ambientali
 - libertà dalle malattie e dalle ferite
 - libertà di poter manifestare le caratteristiche comportamentali specie-specifiche
 - libertà dalla paura e dallo stress.

La complessità di questa certificazione non si limita alla fase di raccolta del latte, ma coinvolge tutti gli attori della filiera di produzione del formaggio: dagli allevamenti per la produzione del latte ai caseifici di Selvapiana e del Cigarello dove viene lavorato, ai magazzini di stagionatura dove il Parmigiano Reggiano "matura" lentamente, proseguendo con il taglio, la porzionatura e il confezionamento presso lo stabilimento di Sant'Ilario d'Enza, fino ai magazzini di stoccaggio, dove il prodotto finito attende di essere spedito in Italia e nel mondo. La certificazione di Benessere Animale è un riconoscimento importante, che valorizza il lavoro degli allevatori, senza i quali DalterFood Group non avrebbe mai potuto raggiungere questo risultato. Al contempo, questa certificazione premia anche l'attività che il Gruppo ha svolto sulla filiera, investendo sui caseifici e sulle risorse umane, con un approccio davvero unico nel settore del Parmigiano Reggiano.

In secondo luogo, il Gruppo sta lavorando per incrementare il numero di fornitori che dispongono di stalle a stabulazione libera: in questa specifica tipologia di allevamento gli animali sono liberi di muoversi portando di conseguenza all'eliminazione del disagio provocato dalle costrizioni fisiche delle strutture tradizionali.

In aggiunta, tra gli obiettivi di breve periodo di DalterFood Group rientra la volontà di stringere rapporti di collaborazione con veterinari specializzati per accompagnare le aziende agricole presenti nella propria filiera nel rinnovare la certificazione per il benessere animale e presidiare i principali aspetti di sostenibilità.

Infine, grazie alla collaborazione con enti terzi, DalterFood Group ha adottato procedure di recupero del latte che permettono di destinare il siero, tipicamente utilizzato per l'alimentazione suina, ad altri scopi.

DalterFood Group è, inoltre, membro di Confindustria, Confalimentare e del Consorzio del Parmigiano Reggiano.

LA BIODIVERSITÀ DEL PARMIGIANO REGGIANO

Il Parmigiano Reggiano è un prodotto unico, caratterizzato da una grande ricchezza: la sua biodiversità, che dipende non solo dai foraggi, ma anche dalla razza delle bovine e dall'ubicazione dei caseifici. Secondo il Disciplinare, infatti, solo le bovine autoctone della zona di produzione del Parmigiano Reggiano possono essere impiegate nella sua produzione, ovvero: la Vacca Bianca, la Vacca Rossa, la Frisona, la Vacca Bruna e la Pezzata Rossa Italiana. Ognuna di queste razze ha delle caratteristiche peculiari, che vengono poi trasmesse al Parmigiano Reggiano. Diversità che parte proprio dai foraggi con cui vengono alimentate, che crescono nel territorio, un lembo di terra di circa diecimila chilometri quadrati, compreso tra le province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Mantova alla destra del fiume Po e Bologna alla sinistra del fiume Reno. Questa localizzazione contribuisce a rendere speciale questo formaggio, essendo la zona ricca di diverse erbe foraggere. I prati, che si autorigenerano, ospitano infatti tra le 60 e le 70 varietà di erbe foraggere autoctone, non reperibili altrove, che conferiscono al parmigiano Reggiano un profilo sensoriale unico. Si può notare, infine, una particolare propensione ad essere adattabile alle varie culture, grazie anche alle sue tante certificazioni, che tutelano il consumatore a livello di qualità, ma sono anche sensibili alla sua cultura di provenienza. Il Gruppo si impegna a rispettarne ogni sua singola caratteristica e a valorizzarne le caratteristiche che rendono il Parmigiano Reggiano un prodotto unico e autentico.

Il Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa (matricola 417) e il Caseificio Colline del Cigarellino e Canossa (matricola 320) sono i due caseifici del Gruppo dedicati alla produzione e alla stagionatura del Parmigiano Reggiano, entrambi ubicati sulle colline dell'Appennino Reggiano.

Si tratta di suoli vocati al pascolo e caratterizzati da una biodiversità vegetale che offre alle bovine un foraggio bilanciato e completo, dalle spiccate proprietà nutritive.

È in questi suoli che cresce l'erba medica, la pianta erbacea che conferisce al Parmigiano Reggiano il suo inconfondibile sapore.



In particolare, il Gruppo produce e distribuisce tipologie di Parmigiano Reggiano facenti parte delle "biodiversità" disciplinate dal Consorzio:



Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna,

prodotto in caseifici di montagna, con latte proveniente da allevamenti di montagna, con una stagionatura minima di 20 mesi, di cui almeno 12 in magazzini di montagna.

Parmigiano Reggiano biologico,

prodotto secondo gli standard dell'agricoltura biologica, con latte proveniente da aziende agricole che rispettano gli stessi standard.

Parmigiano Reggiano di sola Pezzata Rossa italiana,

certificato biologico e prodotto di montagna, prodotto con il latte di un'unica razza bovina, la pezzata rossa italiana, proveniente da un unico allevamento, l'Azienda Agricola Le Boccede, esclusivamente nel Caseificio del Cigarellò.

Quello della biodiversità è un tema di cruciale importanza per DalterFood Group, che progetta e realizza le proprie attività produttive nel massimo rispetto dei luoghi di origine della materia prima, in tutte le fasi della filiera. La tutela e la salvaguardia della biodiversità permettono di:

- Fornire alimenti vari e ricchi sotto il profilo nutrizionale;
- Creare sistemi produttivi resilienti e resistenti alle infestazioni e ai parassiti;
- Garantire sostenibilità nel tempo a questi stessi sistemi produttivi.







25
_LA QUALITÀ
COME
INGREDIENTE
IMPRESINDIBILE

_LA QUALITÀ COME INGREDIENTE IMPRESINDIBILE

Ascoltare e tutelare i propri clienti incontrando le loro richieste, garantendo la qualità dei prodotti offerti, sono pilastri fondamentali del modo di agire di DalterFood.

Per raggiungere questi obiettivi, il Gruppo fa sì che le attività di ricerca, produzione e commercializzazione seguano elevati standard di qualità, non solo in termini di certificazioni ottenute e di controlli effettuati, ma anche in termini di presidio della filiera, dalla produzione all'interno dei caseifici fino alla distribuzione.

Attraverso la società Colline di Canossa, DalterFood Group ha creato un sistema premiante della qualità del latte che va oltre i parametri richiesti dal Consorzio di Tutela, i cui risultati sono una migliore resa del prodotto e una riduzione dei difetti del formaggio. L'impegno dell'impresa su questo fronte non si limita soltanto a garantire un'elevata qualità di prodotto, ma si esprime anche in una comunicazione chiara, trasparente e completa ai propri clienti, che gli consenta di compiere scelte di acquisto consapevoli.

Per consolidare i presidi relativi alla qualità, a partire dal 2022 è stato avviato un processo di ristrutturazione dell'ufficio qualità in ottica di ampliamento delle competenze e di maggior sinergia tra i diversi uffici, attraverso l'inserimento di nuove figure professionali e la definizione di un responsabile di Gruppo, come figura di coordinamento tra i dipartimenti qualità delle diverse sedi e le diverse funzioni aziendali.



5.1 LA TRACCIABILITÀ NEI PRODOTTI DALTERFOOD GROUP

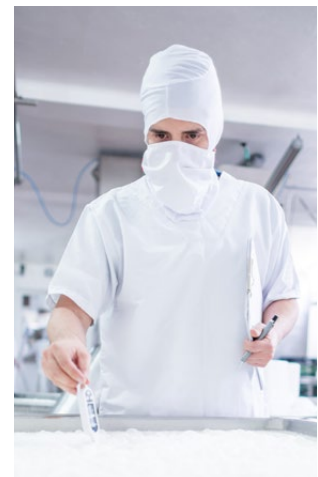
Per la vendita e la distribuzione dei propri prodotti, DalterFood Group, come meglio indicato nel Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/01, si impegna a rispettare in modo puntuale le normative vigenti in materia di etichettatura, tracciabilità, classificazione, imballaggio e trasporto che regolano il settore alimentare. A tale scopo, DalterFood Group garantisce i requisiti delle informazioni ai sensi di legge per il 100% dei propri prodotti, improntati ai seguenti necessari criteri:

- **Non ingannevolezza sulle caratteristiche dell'alimento** (natura, identità, proprietà, composizione, quantità, durata di conservazione, paese d'origine e luogo di provenienza, metodo di fabbricazione o di produzione);
- **Precisione, chiarezza e comprensibilità:** esattezza, evidenza di lettura, intelligibilità da parte del consumatore medio.

DalterFood Group è infatti responsabile per le informazioni relative agli alimenti e assicura l'esattezza e la non ingannevolezza delle stesse conformemente alla normativa applicabile, al fine di garantire la tracciabilità del prodotto, la protezione del consumatore e il suo diritto alla scelta consapevole. Nel corso del 2023 infatti, non sono stati registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura e comunicazioni di marketing. All'interno delle proprie etichette, il Gruppo comunica con rigore le seguenti informazioni:

- **L'origine** degli ingredienti del prodotto
- **Il contenuto**, in particolare per le sostanze che possono avere un impatto significativo a livello ambientale o sociale
- **L'utilizzo sicuro** del prodotto
- **Lo smaltimento del prodotto** e relativi impatti ambientali o sociali.

La verifica di tali parametri viene effettuata anche in occasione di audit specifici. Di seguito i dati relativi all'anno in esame.



AUDIT ED INSPEZIONI SUBITE	2023
OCQPR	280
BRC – IFS	7
ICEA (biologico)	6
ISO22005 – Formaggio Parmigiano Reggiano	2
MIPAFF	0
Servizio veterinario	6
Clienti	24
Audit Asil	1

5.2 LA TUTELA DEI CLIENTI E DEI CONSUMATORI

Per DalterFood Group garantire a clienti e consumatori un prodotto sicuro ed affidabile rappresenta un pilastro essenziale dell'agire quotidiano. Questo modus operandi si traduce in un grande numero di controlli di prodotto, di processo e di ambiente, eseguiti sul 100% dei prodotti del Gruppo sia internamente, dalla funzione Assicurazione e Controllo Qualità della Capogruppo e dai team Qualità delle filiali estere, sia esternamente da laboratori qualificati esterni.

Per quanto riguarda i processi produttivi, DalterFood Group ha conseguito diverse certificazioni, come sintetizzate di seguito:

	✓	✓	✓		
				✓	
	✓		✓		
			✓		
	✓	✓	✓	✓	
					✓
	✓	✓	✓		
		✓			
	✓	✓	✓		



Nel 2023 Colline di Canossa S.r.l. e Dalter Alimentari S.p.A. hanno ottenuto la certificazione HALAL relativa alla conformità dei prodotti e dei processi industriali (compreso il packaging) alle norme etiche e igienico sanitarie della dottrina dell'Islam, quindi commercializzabili in tutti i Paesi di religione islamica.

Per quanto riguarda le materie prime e gli imballi, tutti i fornitori del Gruppo devono:

- Essere presenti nella lista dei fornitori approvati dall'Ufficio Assicurazione Qualità, fornendo opportuna documentazione in merito ai prodotti e all'attività svolta;
- Essere in possesso di un sistema qualità documentato che includa l'autoverifica interna;
- Avere a disposizione tutta la documentazione attestante la conformità al contatto con gli alimenti di tutti gli imballaggi destinati al confezionamento dei prodotti.
- Fornire prodotti derivanti da materie prime non-OGM e conformi ai regolamenti CE 1829/2003 e CE 1830/2003;
- Fornire prodotti che non siano stati esposti a radiazioni ionizzanti. Inoltre, i fornitori di prodotti Private Label devono essere in possesso della certificazione di sistema GFSI (BRC/ IFS/ISO22005) o sottoposti ad audit di approvazione da parte dell'Ufficio Assicurazione Qualità.

La cura e l'attenzione di DalterFood Group nel preservare la salute e sicurezza dei propri consumatori, è sempre stata dimostrata anche dalla stretta osservanza ai codici di autoregolamentazione in termini di salute e sicurezza di prodotti e servizi. Nel corso del 2023, non si sono registrate non conformità con normative riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti.



Inoltre, nel 2023 il Gruppo ha ricevuto la Medaglia di Bronzo Ecovadis per la sostenibilità, con un punteggio di 52%, raggiungendo il 55 percentile delle aziende parte del Network.



Nel 2023, nell'ambito del progetto di rebranding delle società del Gruppo, è stato rivisto anche il design dei diversi prodotti, con l'obiettivo di creare un system comune e rafforzare la percezione di premiumness.



5.2.1 | Il dialogo con i clienti



La Direzione Aziendale si impone come obiettivo principale il rispetto delle attese dei Clienti attraverso un processo collaudato negli anni e radicato ad ogni livello aziendale, in cui ogni richiesta del cliente si traduce in una specifica tecnica che viene registrata all'interno del Sistema Qualità, formalizzata e verificata periodicamente attraverso i feedback ricevuti dal cliente stesso.



Servendo più di 1.550 clienti tra industrie, retailer, grossisti e catene di ristorazione, l'attività del Gruppo è focalizzata sul canale B2B, grazie all'approccio consulenziale sviluppato negli anni, alla qualità dei suoi prodotti e a un servizio di livello molto elevato. Nel corso degli anni si sono consolidate solide partnership:

- **Nel canale retail**, per cui si producono e confezionano prodotti a marchio;
- **Nel canale industria**, in tutti i settori in cui il formaggio è un ingrediente ad alto valore aggiunto – dalla produzione di piatti pronti freschi e surgelati, alle insalate pronte, alle pizze, alla pasta ripiena e a quella di salse e sughi;
- **Nel canale ristorazione** - dalle catene di ristorazione alla ristorazione collettiva, fino al mondo emergente dei meal kit.

CANALI DI DISTRIBUZIONE	% 2022	% 2023
GDO	46,1%	47,9%
Commercio all'ingrosso	19,7%	18,4%
Industria	28,7%	28,1%
Negozi al dettaglio	1,9%	1,7%
E-food	1,3%	1,5%
Catering a contratto	1,1%	1,3%
Catene di ristoranti	0,8%	0,8%
Altri	0,4%	0,4%

Per DalterFood Group, l'ascolto dei clienti è uno strumento indispensabile per osservare più da vicino i bisogni, le esigenze e le caratteristiche di ciascuna azienda, andando oltre il processo di acquisto. Il coinvolgimento diretto con il cliente permette al Gruppo di cogliere le esigenze specifiche di ciascuno, così da essere in grado di soddisfarle al meglio attraverso soluzioni ad hoc. La volontà del Gruppo di incontrare le aspettative dei propri clienti è anche dimostrata dal fatto che ogni anno viene condotta un'indagine di Customer Satisfaction con l'obiettivo di raccogliere feedback per il miglioramento continuo del servizio fornito.

A sostegno di ciò, gli oltre quarantacinque anni di operatività hanno permesso al Gruppo di consolidare la propria reputazione e credibilità. La brand reputation rappresenta di fatti una leva fondamentale nelle strategie di sviluppo e crescita nei diversi mercati. La comunicazione esterna viene oggi gestita attraverso il sito aziendale e i principali canali social, e in particolare il profilo LinkedIn di DalterFood Group, che ha registrato nell'ultimo anno una crescita in termini di follower e di interazioni con i clienti.

Il Gruppo, inoltre, partecipa in maniera continuativa alle principali fiere di settore, in particolare nel 2023 è stato tra gli espositori di Cibus (Parma – IT), PLMA (Amsterdam - NL) e Anuga (Colonia – DE), avendo così modo di incontrare direttamente clienti e prospect futuri.







IL NOSTRO IMPEGNO NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE

_IL NOSTRO IMPEGNO NEI CONFRONTI DELL'AMBIENTE

Oggi più che mai i pericoli derivanti dai rischi climatici sono avvertiti e considerati urgenti dalle aziende e dalla popolazione in generale.

DalterFood Group si impegna a contrastarli implementando diverse iniziative volte alla mitigazione, all'adattamento e alla compensazione del proprio impatto ambientale, nonché a contribuire alla realizzazione dell'Obiettivo 13 dell'Agenda 2030 ("Lotta contro il Cambiamento Climatico"), attraverso la promozione di una cultura aziendale orientata alla sostenibilità ambientale.



6.1 UN MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE

DalterFood Group offre una vasta gamma di prodotti caseari sia in termini di tipologia, che in termini di peso e formato. Le principali materie prime utilizzate dal Gruppo sono latte e formaggi, che vengono acquistati come input per la produzione; mentre per il loro confezionamento vengono utilizzati principalmente film idonei al contatto alimentare, vaschette e coperchi di plastica, etichette di carta e cartone ondulato.

Per natura del proprio business, DalterFood Group, non produce scarti alimentari: nello specifico, tutti i residui rimanenti dalle produzioni sono reimpiegati in altri prodotti (per esempio, le scaglie di formaggio non integre e quindi non vendibili come tali al cliente finale sono utilizzate nella produzione di formaggio grattugiato), oppure sono destinati ad uso zootecnico (è il caso della cosiddetta Categoria 3, ovvero sottoprodotti non idonei alla vendita). Inoltre, dal processo di caseificazione derivano quotidianamente alcuni prodotti secondari (sottoprodotti) destinati all'uso industriale: in particolare siero di latte, destinato alla concentrazione per l'estrazione di proteine che vengono destinate all'industria cosmetica e/o farmaceutica, e crema di latte per burrificazione, entrambi recuperati al 100%.

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, tema complesso e non privo di criticità legate alla varietà di materiali da sottoporre a smaltimento, DalterFood Group si impegna nel ridurre il quantitativo dei rifiuti prodotti cercando di sviluppare processi di lavorazione sempre più efficaci. In particolare, sono presenti tre sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti:

- Due compattatori per plastica e cartone;
- Big bag per la raccolta di monomateriale PE (politilene trasparente), ovvero una tipologia di plastica che segue un fine vita specifico;
- Indifferenziato generico.

Tali sistemi permettono di differenziare i rifiuti sia nei luoghi di produzione che all'interno degli uffici, ed aumentare di conseguenza la frazione di rifiuti destinata al recupero e al riutilizzo.

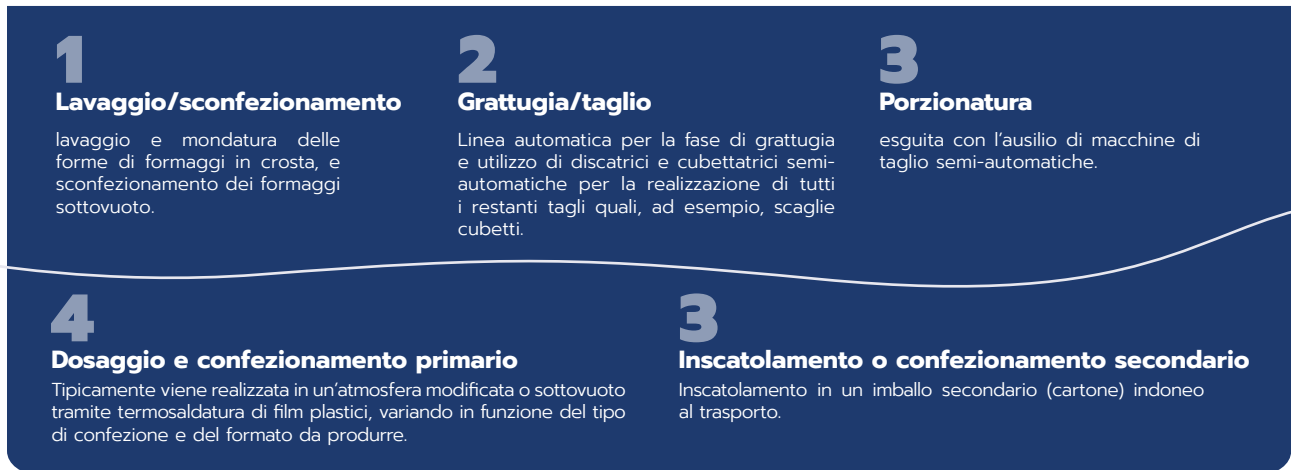
Nel 2023 le principali tipologie di rifiuti generati sono state fanghi da trattamento affluenti, imballaggi in plastica e in carta e cartone. Non sono stati generati rifiuti pericolosi.

Per la distribuzione dei prodotti ai clienti, vengono utilizzati dei bancali di plastica o legno. Per quanto riguarda il loro utilizzo, dal 2020 DalterFood Group è entrata nel circuito CHEP, piattaforma che si occupa di gestire efficientemente tale risorsa. Nello specifico, l'iniziativa ha l'obiettivo di allocare, in base alle esigenze delle aziende presenti nel circuito, bancali già circolanti, riducendo quindi l'utilizzo di materiali necessari per la loro produzione ex novo e le emissioni dovute al loro trasporto dalla società produttrice al cliente utilizzatore del bene. A tale riguardo, appartengono al circuito CHEP il 94% dei pallet di legno e il 6% dei pallet di plastica. A ciò si aggiunge l'utilizzo di bancali EPAL. Sebbene siano pallet in legno di proprietà del Gruppo, le caratteristiche tecniche con cui sono creati tali bancali consente l'interscambiabilità all'interno del circuito europeo e dalla possibilità, di conseguenza, del loro riutilizzo.

6.1.1 | La ricerca per il packaging sostenibile

DalterFood Group opera in un contesto in continua evoluzione tanto in termini normativi, quanto tecnologici ed organizzativi. A tal proposito, nel corso degli ultimi anni le attività implementate dalla funzione R&D del Gruppo si sono incentrate nell'adozione di tutte le misure necessarie per ottemperare alle nuove direttive europee in campo.

Tutte le linee di confezionamento sono organizzate secondo le seguenti fasi produttive:



I nastri trasportatori ed elevatori sono presenti sulle singole linee. Il formaggio viene movimentato tra una linea e l'altra (per esempio, dal lavaggio al taglio, dal taglio al confezionamento primario) dagli operatori che si occupano del corretto funzionamento della linea e delle relative attrezzature, e dove non automatizzato, dell'inscatolamento finale delle confezioni.



Il Gruppo si impegna a introdurre nuovi modelli di produzione e consumo che siano sostenibili nel medio e lungo termine. La sostenibilità nella scelta di materiali ecosostenibili per il packaging rappresenta per DalterFood Group un percorso di miglioramento continuo. In particolar modo, dal 2019, si è iniziato a lavorare sul passaggio delle linee di packaging da multi-materiale a monomateriale, consentendo in tal modo il riciclaggio di quest'ultimo nella filiera dedicata. Ad oggi, è stato possibile effettuare questo cambio di passaggio solo sulle linee flessibili delle monoporzioni e delle bustine monodose, ma si sta lavorando per estenderlo anche a tutte le altre linee. Inoltre, DalterFood Group, da tempo ha iniziato a lavorare sulla riduzione degli spessori delle plastiche e l'ottimizzazione delle configurazioni.

A sostegno di ciò, il Gruppo utilizza materiali d'ingresso riciclati per la produzione: nel 2023 a tale categoria appartengono infatti l'83% del cartone ondulato e il 15% degli imballaggi di plastica, entrambi in aumento rispetto al 2022 (rispettivamente 80% e 9% di materiali riciclati utilizzati).

All'attività di Ricerca e Sviluppo che sta sviluppando nuovi processi per l'efficientamento e la riciclabilità del packaging, il Gruppo ha affiancato nuove iniziative volte a ridurre l'uso della plastica monouso, sensibilizzando tutti i dipendenti su questo tema (es. distributori d'acqua, borracce, ecc.).

L'impegno di DalterFood Group continuerà a crescere nei prossimi anni attraverso il perseguimento di ambiziosi obiettivi, riassumibili nei seguenti stream:

- Ottimizzazione dei cartonaggi e delle pallettizzazioni dei prodotti;
- Riduzione della grammatura degli imballaggi primari e secondari;
- Utilizzo di plastica riciclabile e riciclata;
- Sperimentazione di materiali riciclabili, in alternativa alla plastica, che preservino allo stesso modo la qualità del prodotto e consentano di garantire le stesse caratteristiche di shelf life, arôme a freschezza delle confezioni attuali.

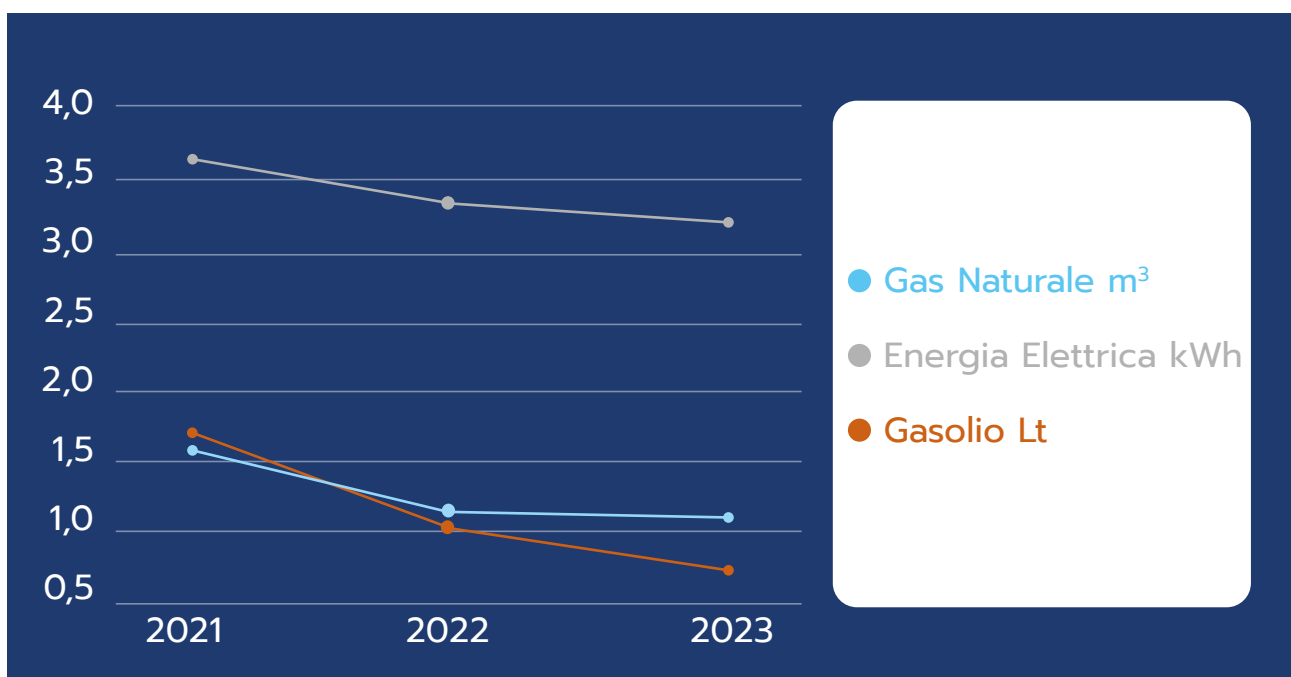
6.2 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

I principali vettori energetici utilizzati da DalterFood Group sono gas naturale ed energia elettrica per la produzione (illuminazione, gestione e funzionamento degli impianti, delle caldaie e delle linee di produzione) e gasolio e benzina per la flotta auto ad uso aziendale.

Nel 2023 i consumi di energia elettrica (13.697 GJ) sono aumentati del 7% rispetto all'anno precedente (13.491 GJ), mentre i consumi di gas naturale hanno registrato una diminuzione del 7%. Dal 2023, il 99,5% dell'energia elettrica utilizzata dal Gruppo proviene da fonte rinnovabile certificata con Garanzia d'Origine e rappresenta il 34% dei consumi totali di DalterFood Group. Inoltre, a novembre 2023 è stato installato nel Caseificio di Selvapiana e Canossa un impianto fotovoltaico da 112 kWp per l'autoproduzione di energia elettrica, che entrerà in funzione a partire dal 2024.

Per quanto riguarda invece la flotta aziendale, rispetto l'anno precedente si è verificata una diminuzione del 15% dei consumi (1.128 GJ) rispetto al 2022 (1.335 GJ).

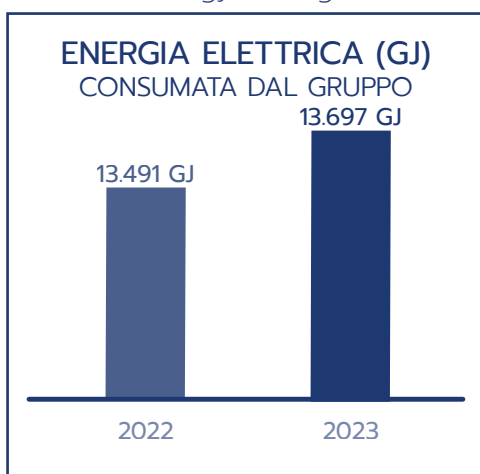
INTENSITÀ ENERGETICA PER VETTORI	Unità di misura	2022	2023
Volumi di produzione	Kg	5.587.083	5.639.445
Energia elettrica	kWh/kg	0,67	0,67
Gas naturale	m3/kg	0,12	0,11
Gasolio	l/kg	0,005	0,004
Consumo di energia totale	GJ/kg	0,007	0,007



DIAGNOSI ENERGETICA

In continuità con l'anno precedente, DalterFood Group ha aggiornato le diagnosi energetiche del Caseificio di Cigarello e Canossa, del Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa di Dalter Alimentari S.p.A., con l'obiettivo di identificare delle azioni di miglioramento in termini di efficientamento energetico e di costi e adottare conseguentemente un piano d'azione per ridurre ulteriormente le esternalità negative nei confronti dell'ambiente.

Per quanto riguarda i caseifici, il consumo deriva principalmente dall'attività dei macchinari, delle caldaie, dalle celle e dal controllo della temperatura del magazzino. Per quanto riguarda la sede di Sant'Illario invece, l'energia viene utilizzata per il funzionamento dei macchinari, delle celle e degli uffici. In particolare, dalla diagnosi effettuata per il Caseificio di Cigarello e Canossa è emerso che, non essendo presente attualmente alcun sistema di monitoraggio dei consumi energetici, sia necessario valutarne l'introduzione nei prossimi anni in modo tale da tener sotto controllo le linee maggiormente energivore del caseificio, nonché di valutare l'installazione di un impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili e di un sistema web-based di Energy Management.



Il Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa è ad oggi già presidiato da un sistema di monitoraggio, al quale però sarebbe necessario includere anche il monitoraggio delle linee elettriche, in modo tale da tener sotto controllo i consumi energetici delle utenze più energivore. Inoltre, in seguito all'installazione dell'impianto fotovoltaico, è stato suggerito di valutare anche l'installazione di un sistema web-based di Energy Management.

Dalla diagnosi effettuata per Dalter Alimentari S.p.A è risultato invece che i sistemi di monitoraggio attualmente in uso risultano già ottimali. In aggiunta, sulla base dei risultati emersi dalla valutazione, la Società ha valutato come prioritari alcuni progetti rispetto ad altri, sulla base principalmente degli spazi disponibili, quali ad esempio:

- L'adozione di un sistema di gestione dell'energia ISO 50001;
- L'installazione di un impianto di cogenerazione alimentato a gas naturale;
- L'installazione di un impianto fotovoltaico.

LE EMISSIONI

DalterFood Group monitora le emissioni di gas ad effetto serra (Scope 1 e Scope 2), cosciente dell'impatto che queste hanno sul clima, nello specifico:

- **Scope 1:** include le emissioni dirette generate dall'azienda, la cui fonte è di proprietà o controllata dall'azienda, quali combustibili utilizzati per il riscaldamento e per i mezzi operativi necessari per le attività dell'impresa.

- **Scope 2:** include le emissioni indirette generate dall'energia acquistata e consumata dall'azienda. Nello specifico, in conformità a quanto richiesto dagli standard di rendicontazione GRI, quest'ultime sono calcolate secondo le metodologie Location-based e Market-based, utilizzando dei fattori di emissione riconosciuti a livello nazionale ed internazionale.

Le emissioni dirette Scope 1⁷ del Gruppo nel 2023 sono state pari a 1.323 tCO_{2e}, in diminuzione dell'8% rispetto al precedente anno (1.442 tCO_{2e}), in linea con la diminuzione dei consumi di gas e carburanti per la flotta auto. Invece, le emissioni indirette Scope 2⁸ sono state pari a 1.634 tCO₂ secondo l'approccio Location-based e pari a 13 tCO₂, calcolate con il metodo Market-based. Quest'ultime, sono diminuite del 99% rispetto al 2022 (1.723 tCO₂) grazie al quasi totale approvvigionamento di energia elettrica da fonte rinnovabile.

SCOPO 1 + SCOPO 2 MB	1323,27	13,1015
SCOPO 1 + SCOPO 2 LB	1323,27	1634,2973

DalterFood è consapevole della necessità di ampliare il calcolo della propria impronta di carbonio includendo le attività a monte e a valle del Gruppo, per essere più consapevole di tutti gli impatti negativi generati verso l'ambiente e adottare, conseguentemente, i presidi necessari per la loro riduzione. A sostegno di ciò, nel 2022 è stato avviato un percorso per misurare la totalità delle emissioni provocate dal Gruppo e dalle sue relazioni di business (includendo, di conseguenza, le emissioni di GHG Scope 3).

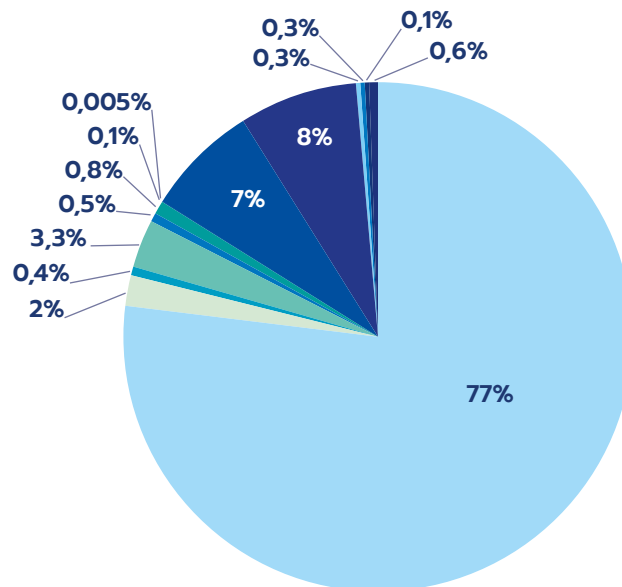
⁷ Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 sono stati utilizzati i fattori di emissione "DEFRA 2023".

⁸ I GRI Sustainability Reporting Standards prevedono due metodologie di calcolo delle emissioni di Scope 2, il "Location-based method" e il "Market-based method". Per il Market-based vengono considerate le emissioni di CO₂ derivanti dall'energia elettrica acquistata da fornitori esterni tramite un vero e proprio contratto, e può essere calcolata considerando: certificati di Garanzia di Origine dell'energia e contratti diretti con i fornitori, fattori di emissione specifici del fornitore, fattori di emissione relativi al "residual mix", ovvero all'energia e alle emissioni non monitorate o non reclamate (metodologia utilizzata, con fattore di emissione l'anno 2023: 500 gCO₂/kWh (Italia) e 719,9 gCO₂/kWh (Germania) - fonte: AIB 2024 - European Residual Mixes 2023). Il metodo Location-based si basa su fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia per confini geografici ben definiti, tra cui confini locali, subnazionali o nazionali (metodologia utilizzata, con fattore di emissione per l'anno 2023: 431,14 gCO₂/kWh (Italia) e 96,13 gCO₂/kWh (Germania) - fonte: AIB 2024 - European Supplier Mixes 2023).

Le emissioni di Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂; la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂ equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento. A seguito di un affinamento dei fattori di emissione utilizzati, il dato relativo alle emissioni di Scope 2 relativo all'anno 2022 è stato riesposto. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2022, pubblicato sul sito www.dalterfood.com

LE EMISSIONI DI SCOPE 3 DEL GRUPPO DALTERFOOD

La Science Based Targets initiative (SBTi) sostiene il processo di definizione di target di decarbonizzazione basati su modelli climatici come mezzo per favorire l'impegno delle aziende nella transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio. Il Gruppo DalterFood si è impegnato sottomettendo alla SBTi i propri target di riduzione delle emissioni, a fronte dei quali ha calcolato, per l'anno 2022, le proprie emissioni GHG indirette (Scopo 3), risultanti dalle attività del Gruppo a monte e a valle della propria catena del valore.

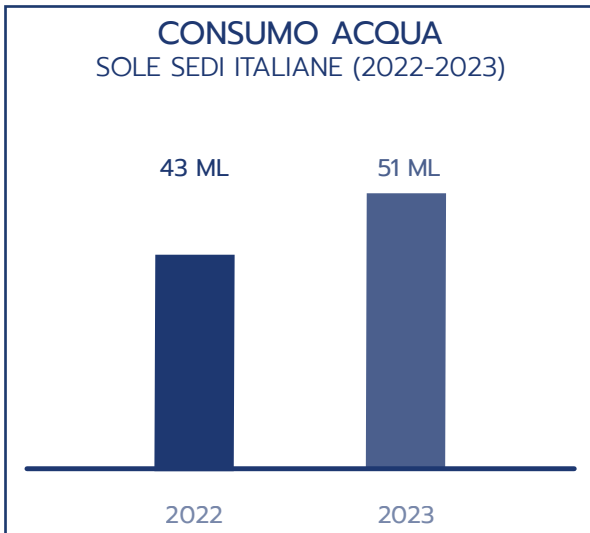


CATEGORIE	EMISSIONI tCO2	%
● Beni e servizi acquistati	122.943	77
● Beni capitali	3.220	2
● Estrazione di carburante ed energia	656	0,4
● Trasporto e distribuzione a monte	5.238	3,3
● Scarti di produzione e rifiuti	787	0,5
● Viaggi di lavoro	1.219	0,8
● Pendolarismo dei dipendenti	229	0,1
● Acquisto di asset in leasing	3	0,005
● Trasporto e distribuzione a valle	11.248	7
● Lavorazione dei prodotti venduti	12.118	7,6
● Utilizzo e fruizione del servizio/prodotto	523	0,3
● Fine-vita dei prodotti venduti	440	0,3
● Concessione di asset in leasing	160	0,1
● Franchises	N/A	N/A
● Investimenti	826	0,6

Il totale delle emissioni di Scopo 3 del Gruppo riferite all'anno 2022 è pari a 159.610 tCO₂.

6.3 CONSUMI IDRICI

La risorsa idrica è utilizzata in quantità rilevanti all'interno dei processi produttivi di DalterFood: questa è infatti indispensabile nelle attività di lavorazione, lavaggio e disinfezione dei caseifici, oltre che essere utilizzata per fornire energia termica alle caldaie dove avviene la cottura del latte.



Consapevole che tale risorsa sia preziosa e limitata, il Gruppo si impegna a ridurne al massimo lo spreco grazie all'applicazione di tecnologie specifiche e all'adozione di sinergie produttive che consentono di ridurre il consumo di acqua per unità di prodotto. Oltre all'utilizzo civile, la maggior quantità di acqua che viene utilizzata è riconducibile al processo di lavaggio delle forme che comporta la perdita di piccole quantità di proteine e grasso e il conseguente inquinamento delle acque. Ai fini di un migliore trattamento delle acque, nel 2022 DalterFood Group ha installato un impianto più performante dotato di un flottatore ad aria disciolta che consente la rimozione chimico-fisica di tali scarti e un miglior depurazione delle acque reflue.







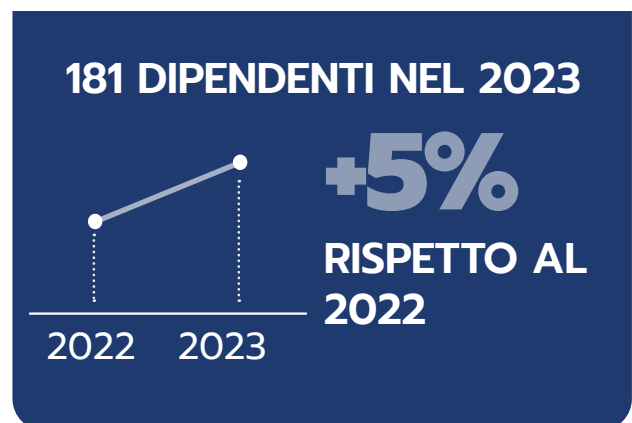
IL CAPITALE UMANO: IL MOTORE DI DALTERFOOD GROUP

IL CAPITALE UMANO: IL MOTORE DI DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group è consapevole che le sue persone rappresentano la chiave fondamentale per il successo. Per tale motivo, il loro valore viene riconosciuto mediante la tutela e la promozione del loro benessere e della loro soddisfazione. Questa riconoscenza viene messa in pratica mettendo a disposizione idonei strumenti di formazione e di aggiornamento professionale, offrendo un sistema premiante legato al raggiungimento di specifici obiettivi personali e a livello di Gruppo e, più in generale, ascoltando le necessità del singolo collaboratore. Per il Gruppo, la cura e il rispetto del valore del capitale umano rappresentano le fondamenta dell'agire quotidiano, con l'obiettivo di fornire un clima di lavoro sereno e motivante.

7.1 INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI

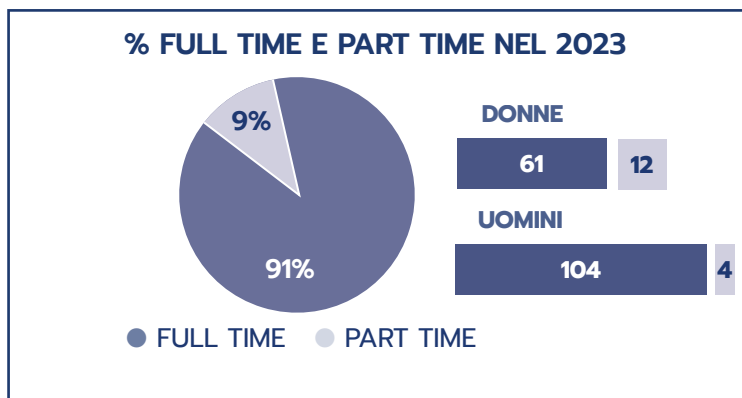
Al 31 dicembre 2023, l'organico di DalterFood Group è composto da 181 persone, in crescita rispetto gli anni precedenti (+5% rispetto al 2022⁹). Considerando il totale, il 60% dei dipendenti sono uomini e il restante 40% donne. Tale divario è principalmente riconducibile alla natura stessa del business, che vede la prevalente occupazione di figure di genere maschile per via dello sforzo fisico richiesto dalle attività di produzione (le risorse femminili sono invece coinvolte per la maggior parte in mansioni impiegatizie). La composizione anagrafica dell'organico del Gruppo registra una predominanza della fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni (52%), mentre gli under 30 rappresentano il 16% dell'organico e gli over 50 il 32%.



⁹A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione e al fine di garantire la comparabilità dei dati, il dettaglio relativo al totale dell'organico è stato riesposto rispetto a quello pubblicato nel precedente Bilancio di Sostenibilità. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2022, pubblicato sul sito www.dalterfood.com



Nel 2023, l'82% dell'organico di DalterFood Group risulta assunto a tempo indeterminato e il restante 18% a tempo determinato, in linea con il precedente anno di rendicontazione. Per quanto riguarda invece le assunzioni a tempo pieno e a tempo part-time, il Gruppo è attento alle esigenze dei propri dipendenti anche per quanto riguarda gli orari lavorativi e il conseguente equilibrio vita-lavoro. Nel 2023, il 9% dei dipendenti lavora part-time, percentuale rimasta pressoché invariata rispetto all'anno precedente. Infine, per le proprie attività, il Gruppo si avvale di un numero ristretto di lavoratori esterni, tra cui stagisti, lavoratori autonomi, interinali e contratti a chiamata per un totale di 9 persone al 31 dicembre 2023.



L'87% personale di tutto il Gruppo è inquadrato nel Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro "Alimentari"; mentre, per le sedi estere si applicano forme contrattuali in linea con le normative vigenti nei corrispettivi Paesi. A tutti i dipendenti della Capogruppo viene corrisposto, sulla base di accordi annuali, un premio annuo legato alle performance produttive ed economiche: i criteri per il suo ottenimento sono discussi durante meeting dedicati con la Direzione, in occasione dei quali sono illustrati trimestralmente i progressi rispetto al raggiungimento dell'obiettivo. In aggiunta, per alcune specifiche categorie di dipendente è prevista l'erogazione di un premio annuo legato alla performance individuale. Allo stesso modo, a tutti i dipendenti di Colline di Canossa è riconosciuto un premio basato sulla produzione ed espertizzazione del

Parmigiano Reggiano. Nel 2023, anche nella società tedesca del Gruppo è stato riconosciuto a tutti i dipendenti un bonus aggiuntivo per contrastare l'inflazione; mentre, nella Società inglese il bonus annuale è basato su KPI interni concordati con il Direttore Generale del Gruppo.

Nelle due Società italiane del Gruppo, i trattamenti di fine rapporto e i versamenti per i fondi pensionistici sono regolamentati dal CCNL di appartenenza ed entrambe si affidano al fondo ENFEA. Similmente, in Dalter UK è previsto un fondo pensionistico aziendale per tutti i dipendenti. Nelle Società italiane è anche prevista per tutti i dipendenti l'assicurazione sanitaria di UNISALUTE e, nel 2022, sono stati introdotti i buoni pasto per tutti i dipendenti, il cui valore è stato incrementato a gennaio 2023. Nella Capogruppo è altresì prevista l'attivazione di convenzioni con Istituti di Credito per offrire delle scontistiche ai dipendenti di Dalter Alimentari e Colline di Canossa in negozi e strutture convenzionate con la banca.

Per quanto riguarda le società estere, VIP Italia ha riconosciuto ai dipendenti privi di auto aziendale buoni benzina; mentre, Dalter UK ha fornito i seguenti benefit:

- programma "Cycle to work", in cui ai dipendenti è stato riconosciuto uno sconto del 42% sull'acquisto di una bicicletta e di accessori di loro scelta,
- smart working di due giorni a settimana per tutti i dipendenti,
- test oculistico annuale gratuito e 25 sterline per il costo degli occhiali, qualora necessari allo svolgimento dell'attività lavorativa al computer,
- premi fedeltà, quali 1 giorno di ferie aggiuntivo per ogni anno di lavoro fino ad un massimo di 30 giorni riconosciuto ai dipendenti che hanno da 5 a 10 anni di servizio; raggiunti i 10 anni di servizio il dipendente riceve un bonus di 5.000 sterline pagato in busta paga.

Il miglioramento continuo, il riconoscimento del contributo di ciascuno e il perseguimento dell'eccellenza sono parte integrante del DNA del Gruppo e come tali sono incoraggiati. Per raggiungere tali obiettivi DalterFood Group adotta criteri di selezione rigorosi ed è attenta all'inserimento di valide risorse e, nel corso del 2023, la Capogruppo ha avviato un processo di formalizzazione delle proprie procedure in tema di Risorse Umane con l'obiettivo di estenderle a tutte le società italiane e fornire linee guida alle società estere.

Nel corso del 2023, il Gruppo ha assunto 42 persone, di cui 29 uomini e 13 donne, determinando un tasso di assunzione pari al 23%. Analizzando il totale dei nuovi ingressi si evidenzia come quasi il 40% abbia meno di 30 anni, a dimostrazione della volontà del Gruppo di incentivare l'assunzione di risorse giovani per supportare l'occupazione giovanile, specialmente nella popolazione locale, apportando così valore economico al territorio. Le cessazioni invece, sono diminuite del 33% rispetto all'anno precedente (49 uscite nel 2022), registrando un tasso di turnover del 18% con un totale di 33 uscite.

Processo di selezione

Il processo di selezione del personale si affida a diversi canali in base al profilo della figura ricercata, dalle agenzie interinali alle candidature spontanee ricevute tramite sito aziendale o direttamente consegnate nelle società del Gruppo. Negli anni, la Capogruppo ha avviato convenzioni con le Università del territorio, in particolare con UniPr, per offrire la possibilità agli studenti di svolgere tirocini curricolari in azienda, in alcuni casi risultando anche in assunzioni. Nel 2023, inoltre, Dalter Alimentari ha aperto le porte dell'azienda a percorsi di alternanza scuola-lavoro con le scuole del territorio.

La valutazione dei candidati è condotta sulla base di protocolli definiti, trasparenti e orientati esclusivamente alla ricerca dei profili che meglio rispondono alle esigenze e alle attese dell'azienda, in un'ottica meramente meritocratica, garantendo pari opportunità per tutti i soggetti interessati. La Direzione Risorse Umane, nei limiti delle informazioni disponibili, adotta opportune misure per evitare favoritismi, nepotismi o forme di clientelismo nelle fasi di selezione e assunzione (per esempio, evitando che il selezionatore sia legato da vincoli di parentela con il candidato), nonché conflitti di interesse.

Al momento dell'assunzione, per tutto il personale sia interno che esterno, sono applicate le stesse procedure aziendali: sono forniti il regolamento aziendale, il codice etico, la strumentazione di lavoro necessaria per le specifiche mansioni (per esempio, laptop personale e cellulare per gli impiegati e divise e Dispositivi di Protezione Individuale per gli operatori). Il processo di on-boarding prevede altresì un programma di formazione ed affiancamento.

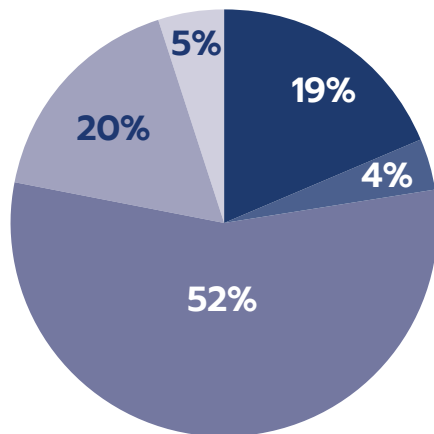
Sviluppo delle competenze

La valorizzazione delle professionalità e la crescita delle competenze sono un fattore strategico per la competitività sul mercato. Nel 2023 DalterFood Group ha registrato nel proprio sistema di monitoraggio un totale di 3.504 ore di formazione erogata, in crescita dell'87% rispetto al 2022 (1.875 ore totali). La formazione si è concentrata su temi di salute e sicurezza, sviluppo delle competenze di base e tecnico-specialistiche. In aggiunta, la Capogruppo ha in essere un piano di sviluppo delle competenze trasversali attraverso la realizzazione di piani di formazione dedicati in base alle competenze necessarie per lo svolgimento della propria mansione. Nel 2023 infatti, sono stati organizzati corsi di formazione ad hoc in base alla valutazione, da parte dei responsabili di funzione, delle competenze dei propri collaboratori così da potenziare sia le competenze tecniche (quali, di lingue o software) che quelle trasversali (ad esempio, su comunicazione efficace e project management).

3.504 ore

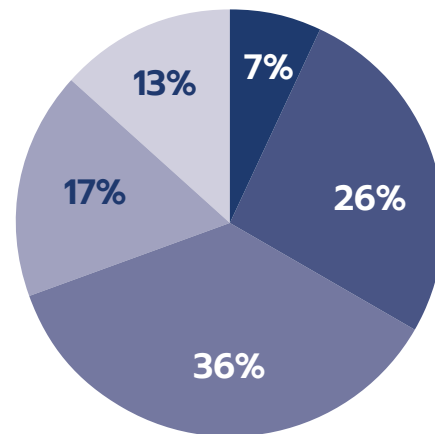
**DI FORMAZIONE
 EROGATE NEL 2022
 (+87% RISPETTO AL 2023)**

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE FORNITA NEL 2022 (%)



- 19% QUALITÀ
- 4% LINGUE
- 52% SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO
- 20% TECNICO PROFESSIONISTA
- 5% ISTITUZIONALE E BUSINESS

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE FORNITA NEL 2023 (%)



- 7% QUALITÀ
- 26% LINGUE
- 36% SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO
- 17% TECNICO PROFESSIONALE
- 13% ISTITUZIONALE E BUSINESS

Benessere dei lavoratori

Per DalterFood Group **il benessere dei propri collaboratori** è una priorità, per tale ragione si impegna a promuovere un ambiente di lavoro sereno e garantire, di conseguenza, il benessere psicofisico e sociale. Come anticipato, il Gruppo ha reso disponibile per i suoi dipendenti un sistema di assicurazione sanitaria integrativa, la possibilità di lavorare da remoto per 5 giorni al mese e ha introdotto l'utilizzo di buoni pasto in tutte le sedi italiane.

Per il Gruppo le richieste dei lavoratori sono una componente importante: per facilitare il dialogo, vengono svolti incontri trimestrali con il Direttore Generale, estesi a tutto il personale e in cui vengono condivisi gli aggiornamenti sull'andamento del Gruppo e le principali informazioni organizzative. Infine, nel 2024 è previsto lo svolgimento di un'analisi di clima aziendale per valutare la soddisfazione dei dipendenti in diverse aree, dalla percezione del management allo sviluppo delle carriere.

Diversità e inclusione

DalterFood Group si impegna ad offrire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale a tutti i dipendenti. I dirigenti e i responsabili delle funzioni aziendali hanno il compito di assicurare il rispetto delle pari opportunità anche nella gestione del rapporto lavorativo, garantendo l'assenza di discriminazioni nei luoghi di lavoro, assicurando trattamenti equi basati su criteri di merito e identificando e risolvendo tempestivamente qualsiasi problema al riguardo. In aggiunta, ciascun responsabile di reparto deve garantire che nei processi di assunzione, formazione, retribuzione, promozione, trasferimento e cessazione del rapporto stesso, i dipendenti siano trattati in modo equo a prescindere dal genere di appartenenza e tenendo in considerazione le loro capacità di soddisfare i requisiti della mansione. A riprova della sensibilità del Gruppo, DalterFood sta lavorando per ottenere la certificazione UNI PdR 125:2022 sulla Parità di Genere, munendosi dei presidi necessari in tema risorse umane, diversità e inclusione.

Tutela dei diritti umani e non discriminazione

Il Gruppo promuove costantemente il rispetto e la tutela della persona nella sua integrità morale, culturale, fisica e professionale e dispone di strumenti e procedure in grado di garantire a tutti i lavoratori il rispetto e la tutela da qualsiasi rischio di condizionamento illecito, di disagio o pregiudizio. I diritti umani sono regolati sulla base del codice etico e, della legislazione del paese sede della società del Gruppo.

L'obiettivo è favorire la crescita professionale di ogni dipendente e, di conseguenza, incrementare il benessere aziendale. Valori quali la meritocrazia, la lealtà, la serietà, la dedizione e lo spirito collaborativo ispirano le relazioni all'interno del Gruppo, il quale si impegna a favorirne la diffusione tra i lavoratori insieme alla cultura dell'integrazione. A supporto di ciò, si conferma che anche nel corso del 2023 non sia stato segnalato alcun episodio di discriminazione.

7.2 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Per DalterFood Group, far sì che i propri dipendenti vivano in un **ambiente di lavoro sicuro** è una **priorità**, per tale motivo il Gruppo adotta un approccio preventivo attraverso il coinvolgimento di tutte le parti interessate prevedendo un protocollo sanitario per ogni mansione: oltre alla presenza di istituti di controllo di medicina del lavoro, grazie alla presenza di medici del lavoro individuati e nominati in ogni sito produttivo, ogni dipendente è tutelato secondo un protocollo sanitario che ne identifica la mansione e, di conseguenza, gli accertamenti obbligatori da effettuare con specifica calendarizzazione.

Ogni lavoratore, durante lo svolgimento delle proprie attività, deve porre la massima attenzione all'osservanza di tutte le misure di sicurezza e di prevenzione stabilite, nonché alle istruzioni e alle direttive fornite dai soggetti ai quali la Società ha delegato l'adempimento degli obblighi in materia di sicurezza, per evitare ogni possibile rischio per sé e per i propri colleghi e collaboratori.

DalterFood Group si impegna a diffondere e consolidare la cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi, del rispetto della normativa vigente e promuovendo comportamenti responsabili. A tal fine, si impegna ad aggiornare periodicamente l'analisi dei rischi sul lavoro e, in caso di verifica di infortuni, quasi infortuni o segnalazione di situazioni pericolose, si procede con l'aggiornamento delle procedure già esistenti, l'introduzione di eventuali nuovi presidi necessari e, ove opportuno, i lavoratori vengono nuovamente formati sui contenuti delle procedure per aumentarne la sensibilizzazione sui rischi associati all'attività.

Nel rispetto di quanto previsto dalla normativa in materia di sicurezza applicabile, ai fini di cui sopra, la Società invita i propri collaboratori al rispetto dei seguenti principi:

- **Eliminare i rischi e, ove ciò non sia possibile, ridurli al minimo;**
- **Valutare i rischi che non possono essere evitati;**
- **Ridurre i rischi alla fonte;**
- **Sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso;**
- **Rendere prioritarie le misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale;**
- **Impartire adeguate istruzioni e formazione ai lavoratori;**
- **Tener conto del grado di evoluzione tecnologica;**
- **Rispettare i principi ergonomici nella concezione degli spazi di lavoro e scelta oculata delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro, in particolare per attenuare il lavoro monotono e ripetitivo e ridurre l'impatto sulla salute;**
- **Programmare la prevenzione, mirando ad una serie coerente di iniziative che integrino la tecnica, l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dell'ambiente di lavoro.**

Nel corso del 2023 si sono verificati 2 casi di malattia professionale tra i lavoratori dipendenti, in diminuzione del 67% rispetto allo scorso anno (6 casi). Per quanto riguarda i lavoratori esterni, non si sono verificati casi. Le malattie professionali sono derivate principalmente dalla movimentazione di carichi pesanti. Per ridurre tali eventi, il Gruppo ha implementato un processo di automazione di alcune fasi per cui era necessaria la movimentazione manuale mediante l'adozione di attrezzature più moderne (es. sollevatore a "capretta", transpallet elettrico, carrello elevatore, ecc.). Nei prossimi anni verranno inserite ulteriori nuove attrezzature per evitare il trasporto di carrelli a spinta e verranno apportate modifiche ai salatoi per ridurre ulteriormente i rischi residui da movimentazione delle forme.

Per quanto riguarda i casi di infortunio, si sono registrati invece 15 casi, di cui uno solo grave, in crescita del 67% rispetto al 2022 (9 infortuni registrati), determinando un tasso di infortunio pari a 10,7, anche quest'ultimo in aumento rispetto allo scorso anno il cui valore era pari a 6,5. La crescita registrata è strettamente correlata all'aumento del numero degli addetti in caseificio e in stabilimento. Oltre alla messa in sicurezza e all'automazione, dove possibile, delle fasi di lavoro più "rischiose", il Gruppo ha intensificato le azioni di formazione e sensibilizzazione sui rischi connessi alla produzione e sul corretto utilizzo dei DPI, installando anche un distributore automatico al fine di garantire sempre e a tutti l'accesso ai dispositivi.



7.3 I PROGETTI A SUPPORTO DELLA COMUNITÀ LOCALE

Il valore di un'azienda non si può misurare solo con i dati economici e di vendita, ma anche dalla capacità della stessa di restituire parte alla comunità da cui attinge le risorse principali. Per una realtà come DalterFood Group, caratterizzata da una strategia produttiva strettamente legata a una precisa collocazione geografica, il territorio (inteso sia come le persone che vi risiedono e che lavorano per il Gruppo, sia come le risorse naturali utilizzate per la creazione del prodotto finale) assume un'importanza imprescindibile.

Nel corso degli anni, DalterFood ha creato un forte legame con il territorio in cui opera, promuovendo solidarietà e sostegno alla propria comunità, ma anche contribuendo allo sviluppo sociale, economico ed ambientale. Nel 2023, il Gruppo ha deciso di sostenere la Cooperativa Sociale Panta Rei di Reggio Emilia nello studio di nuovi protocolli per l'accesso all'alimentazione di bambini autistici. La Cooperativa opera nel settore dell'infanzia con la gestione di servizi educativi 0-6 anni ed è un punto di riferimento per le comunità di Reggio Emilia, Modena e Milano. Infine, per l'anno 2024 è previsto il supporto alle squadre di minibasket di A.S.D. L.G. Competition Castelnovo né Monti, a riprova della vicinanza alla comunità di cui fanno parte i caseifici del Gruppo.

Il Gruppo si impegna anche per i prossimi anni alla realizzazione di progetti dedicati al benessere del territorio, basandosi su tre pilastri:



Garantire opportunità di impiego alle comunità locali



Operare nel rispetto dell'ambiente circostante



Valorizzare le peculiarità dei luoghi di origine dei prodotti

al fine di creare sviluppo per il territorio promuovendo la filiera agroalimentare italiana.

Questi valori intrinseci e distintivi hanno portato al consolidamento di rapporti virtuosi con gli stakeholder, creando reti di relazioni di filiera con l'intento di tutelare il contesto sociale che li circonda.



_ALLEGATI - TABELLA DI CORRELAZIONE TRA IMPATTI, TEMI MATERIALI E GRI STANDARDS

TEMA MATERIALE	IMPATTI - DESCRIZIONE E TIPOLOGIA	GRI STANDARD CORRELATI	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO	SODDISFAZIONE DEI CLIENTI – Offerta di prodotti e servizi soddisfino le esigenze dei clienti (Positivo / Attuale)	N/A	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	NON CONFORMITÀ DI PRODOTTO – Impatti negativi sulla salute degli utilizzatori del prodotto o servizio, dovuti a mancanza o inefficienza di: controlli o sistemi di gestione sulla qualità e sicurezza del prodotto lungo tutta la catena del valore (Negativo / Potenziale)	GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (2016)	
	TRACCIABILITÀ ED ETICHETTATURA – Diffusione di informazioni imprecise, fuorvianti o ingannevoli relative all'organizzazione o ai suoi prodotti (Negativo / Attuale)	GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA RESPONSABILE (2016)	
INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI	GIUSTA REMUNERAZIONE DEL PERSONALE – Politiche di remunerazione eque che valorizzino le competenze dei lavoratori (Positivo / Attuale)	GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016)	Causato
	DISCRIMINAZIONE IN TERMINI DI RESPONSABILITÀ, COMPENSAZIONE E AVANZAMENTO CARRIERA – Impatti negativi sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti a causa di discriminazioni (legate al genere, età, etnia, ecc.) o altre pratiche non inclusive (Positivo / Attuale)	GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016)	
	SODDISFAZIONE E BENESSERE DEI DIPENDENTI – Promozione della soddisfazione e del benessere dei dipendenti attraverso l'implementazione di attività di wellbeing e benefit dedicati (Positivo / Attuale)	GRI 401: OCCUPAZIONE (2016)	
	SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE DEI LAVORATORI ATRAVERSO ATTIVITÀ FORMATIVE – Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso attività di formazione e di sviluppo professionale, anche legate ad obiettivi di crescita e valutazione personalizzata (es. piani di sviluppo di carriera) (Positivo / Attuale)	GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE (2016)	
	CREAZIONE DI POSTI DI LAVORO – Supporto allo sviluppo locale attraverso la creazione di posti di lavoro e l'assunzione di personale nei luoghi in cui il Gruppo è fisicamente presente (Positivo / Attuale)	GRI 202: PRESENZA SUL MERCATO (2016)	
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI	OFFERTA DI PRODOTTI SICURI E DI ELEVATA QUALITÀ E DURABILITÀ – Sviluppo di prodotti che rispettino i criteri di qualità e sicurezza allineati alle best practice del settore (Positivo / Attuale)	GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	VIOLAZIONE E PERDITA DEI DATI DEI CLIENTI E SCARSA GESTIONE DELLA SICUREZZA INFORMATIVA – Violazioni della legislazione applicabile e mancata applicazione di procedure ottimali di gestione dei dati a discapito della privacy degli stakeholder (Negativo / Potenziale)	GRI 418: PRIVACY DEI CLIENTI (2016)	
	INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO – Promozione di prodotti innovativi e attenti ai trend e alle esigenze del mercato e implementazione di attività di R&S con impatti positivi sulle aspettative degli stakeholder e sulla competitività del Gruppo (Positivo / Attuale)	N/A	
BENESSERE ANIMALE	MANCATA TUTELA DEL BENESSERE ANIMALE – Trattamento non etico degli animali durante l'allevamento degli stessi e mancata implementazione di misure di animal welfare che favoriscano il benessere e la sicurezza animale (Negativo / Potenziale)	N/A	A cui contribuisce

TEMA MATERIALE	IMPATTI - DESCRIZIONE E TIPOLOGIA	GRI STANDARD CORRELATI	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS	NON CONFORMITÀ A LEGGI, NORMATIVE E STANDARD – Non conformità a leggi, normative, standard interni ed esterni applicabili con relativi impatti sociali/ambientali/economici negativi (Negativo / Potenziale)	N/A	
	CASI DI VIOLAZIONE DEI DIRITTI UMANI ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE E DELLA PROPRIA CATENA DEL VALORE – Violazione dei diritti umani lungo la catena del valore e all'interno dell'azienda, come il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva, lavoro minorile, lavoro forzato o obbligatorio (Negativo / Potenziale)	GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	IMPATTI NEGATIVI SULLE PERSONE E SUI SISTEMI ECONOMICI GENERATI DA UNA CONDOTTA NON ETICA DEL BUSINESS – Comportamento anti-competitivo, pratiche monopolistiche, episodi di corruzione con impatti negativi sull'economia e sui mercati (Negativo / Potenziale)	GRI 205: ANTICORRUZIONE (2016) GRI 206: COMPORTAMENTO ANTI-COMPETITIVO (2016)	
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI – Infortuni e malattie professionali sul luogo di lavoro con conseguenze negative per la salute dei lavoratori diretti o collaboratori esterni ¹⁰ (Negativo / Attuale)	GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2018)	Causato
	PROMOZIONE DELLA SALUTE – Contributo al miglioramento della salute dei dipendenti mediante l'adozione di iniziative di promozione della salute (Positivo / Attuale)	GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2018)	
ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI	CONSUMO DELLA RISORSA IDRICA – Utilizzo di acqua nei propri processi produttivi con ripercussioni sulla disponibilità della risorsa idrica (Negativo / Attuale)	GRI 303: ACQUA ED EFFLUENTI (2018)	Causato
	CONSUMO DI MATERIE PRIME PER IL PACKAGING – Impatto ambientale legato all'utilizzo di materiali di packaging non riciclabile (Negativo / Attuale)	GRI 301: MATERIALI (2016)	
GESTIONE DEI RIFIUTI	GENERAZIONE DI RIFIUTI – Inquinamento dell'ambiente dovuto alla produzione di rifiuti pericolosi e non pericolosi (Negativo / Potenziale)	GRI 306: RIFIUTI (2020)	Causato
	SPRECO ALIMENTARE – Spreco alimentare dovuto alla mancata vendita di prodotti o all'inadeguato approvvigionamento di materie prime (Negativo / Potenziale)	GRI 306: RIFIUTI (2020)	
CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI	CONSUMI ENERGETICI – Consumo di energia da fonti non rinnovabili, con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e riduzione degli stock energetici (Negativo / Attuale)	GRI 302: ENERGIA (2016)	Causato
	GENERAZIONE DI EMISSIONI GHG DIRETTE E INDIRETTE ENERGETICHE (SCOPE 1 E 2) – Contributo al climate change mediante emissioni GHG dirette e indirette energetiche, legate alle attività svolte nelle sedi e siti del Gruppo (Negativo / Attuale)	GRI 305: EMISSIONI (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
PERFORMANCE ECONOMICA	CREAZIONE DI VALORE – Impatti economici positivi diretti e indiretti generati dall'organizzazione attraverso le proprie attività di business per lavoratori, comunità locali e altri stakeholder (Positivo / Attuale)	GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA (2016)	Causato
GESTIONE RESPONSABILE DELLA MATERIA PRIMA LATTE	IMPATTI DEGLI ALLEVAMENTI SUGLI ECOSISTEMI E SULLA SALUTE DEL SUOLO – Impatti sulla biodiversità e sulla qualità degli ecosistemi naturali, tra cui erosione e/o riduzione della fertilità del suolo, anche legati all'uso di pesticidi, scorretta gestione dei reflui e produzione di metano lungo la catena di fornitura (Negativo / Potenziale)	GRI 304: BIODIVERSITÀ (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	CONTRIBUTO ALLA PERDITA DI BIODIVERSITÀ – Adozione di pratiche di allevamento che prediligono specie non autoctone dei luoghi in cui il Gruppo produce che possono causare danni alla biodiversità (Negativo / Potenziale)	GRI 304: BIODIVERSITÀ (2016)	
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	IMPATTI AMBIENTALI, SOCIALI ED ECONOMICI LUNGO LA CATENA DI FORNITURA – Impatti negativi collegati all'approvvigionamento di beni e servizi da fornitori, in particolare riguardo agli impatti che questi generano su aspetti ambientali, sociali ed economici (Negativo / Potenziale)	GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI (2016) GRI 414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali

¹⁰I dati relativi agli infortuni dei collaboratori esterni includono le sole categorie dei lavoratori somministrati, autonomi e stagisti e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo non esercita un controllo diretto.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Responsabilità ambientale

INFORMATIVA GRI STANDARDS 301-1: Materiali utilizzati per peso o volume

Tipologia di materiale	Unità di misura	2022		2023	
		Rinnovabile	Non Rinnovabile	Rinnovabile	Non Rinnovabile
Totale materiali correlati al processo					
Latte	litri	36.317.286	-	35.771.200	-
Formaggi acquistati	kg	13.298.694	-	17.224.929	-
Totale materiale per confezionamento					
Derivati plastici (es. film, sacchi, coperchi, vassoi e vaschette) ¹¹	kg	-	753.499	-	778.397
Etichette	N	15.659.060	-	15.621.140	-
Totale altro					
Altre materie prime utilizzate - Cellulosa	kg	36.000	-	33.600	-
Pallet legno (circuito CHEP)	N	11.885	-	12.935	-
Pallet plastica (circuito CHEP)	N	-	514	-	789

INFORMATIVA GRI STANDARDS 301-2: Materiali utilizzati che provengono da riciclo¹²

Materiale	2022	2023
	% di materiale riciclato	% di materiale riciclato
Cartone ondulato	80%	83%
Imballaggi plastica	9%	15%

INFORMATIVA GRI STANDARDS: 301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento

Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento per ciascuna categoria di prodotto	2022 %	2023 %
Siero da latte da trasformazione	100%	100%
Panna di affioramento	100%	100%
Croste	1%	2%
Piatti	0%	3%
Fresature	1%	0%
Categoria 3	1%	1%

¹¹La tipologia di materiale specificata include anche alcune componenti in cartone. Poiché in parte minoritaria, sono state comunque considerate nella medesima voce.

¹²Il perimetro di rendicontazione dell'informativa comprende la sola Dalter Alimentari S.p.A..

INFORMATIVA GRI STANDARDS 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Energia utilizzata all'interno dell'organizzazione		
	2022	2023
Consumo totale di energia (GJ)	41.384	39.550
di cui da fonti non rinnovabili (GJ)	41.384	25.918
di cui da fonti rinnovabili (GJ)	-	13.632
di cui energia elettrica (GJ) acquistata	13.491	13.698
di cui da fonte rinnovabile (GJ)	-	13.632
di cui da fonte non rinnovabile (GJ)	13.491	66
di cui combustibile (GJ)	27.895	25.853
gas naturale (GJ)	26.560	24.724
gasolio per flotta auto (GJ) ¹³	1.102	749
benzina per flotta auto (GJ)	233	380

INFORMATIVA GRI STANDARDS 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

Emissioni dirette di scope 1			
Scope 1	Unità di misura	2022	2023
Vettori energetici ad uso riscaldamento/produzione			
Gas Naturale	tCO ₂ e	1.353	1.250
Flotta auto – Uso aziendale			
Gasolio	tCO ₂ e	74	50
Benzina	tCO ₂ e	15	23
Totale emissioni Scope 1	tCO₂e	1.442	1.323



¹³ Tutte le auto sono state considerate come "ad uso aziendale", sia per il 2022 che per il 2023.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)

Emissioni totali dirette e indirette ¹⁴	Unità di misura	2022	2023
Emissioni dirette Scope 1	tCO ₂ e	1.442	1.323
Emissioni indirette Scope 2 – Location-Based	tCO ₂	1.239	1.634
Emissioni indirette Scope 2– Market-Based	tCO ₂	1.723	13

Fattori di conversione

	2022	2023	Fonte
	GJ	GJ	
1 kWh	0,0036	0,0036	COSTANTE
1 smc di gas naturale per riscaldamento/ produzione	0,0398	0,0403	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022 e 2023
1 l Diesel - flotta auto	0,0382	0,0378	
1 l di benzina - flotta auto	0,0343	0,0341	

Fattori di emissione¹⁵

	2022	2023	Fonte
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Location based - Italia	0,0003	0,0004	AIB, European Supplier Mixes, 2022 e 2023
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Location based - Germania	0,0002	0,0001	AIB, European Supplier Mixes, 2022 e 2023
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Market based - Italia	0,0005	0,0005	AIB, European Residual Mixes, 2022 e 2023
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Market based - Germania	0,0005	0,0007	AIB, European Residual Mixes, 2022 e 2023
Gas naturale per riscaldamento/ produzione (tCO ₂ e/smc)	0,0020	0,0020	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022 e 2023
Gasolio per riscaldamento/produzione (tCO ₂ e/l)	0,0028	0,0027	
Gasolio per autotrazione (tCO ₂ e/l)	0,0026	0,0025	
Benzina per autotrazione (tCO ₂ e/l)	0,0022	0,0021	

¹⁴ Le emissioni indirette Scope 2 Location-based e Market-based relative all'anno 2022 sono state riesposte in seguito ad affinamento dei fattori di emissione utilizzati nella metodologia di calcolo.

¹⁵ I fattori di emissione riportati da AIB, European Residual Mixes versione 2022 e 2023, sono espressi in tonnellate di CO₂; tuttavia, la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂e), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 303-3: Prelievo idrico

Prelievo idrico ¹⁶					
Fonte del prelievo	Unità di misura	2022		2023	
		Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico
Acqua di parti terze (totale)	Megalitri	43	0	51	-
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	Megalitri	43	-	51	-
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	Megalitri	-	-	-	-

INFORMATIVA GRI STANDARDS 304-1: Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette

Società	Tipologia di attività	Indirizzo	Dimensione del sito (m2)	Aree ad alto valore di biodiversità	Dimensione (ettari)	Posizione del sito rispetto all'area ad alto valore di biodiversità	Fonte di categorizzazione status protetto	Codice
Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa – Colline di Canolla S.r.l.	Produzione e stagionatura	Località Selvapiana 72, 42026 Canossa (RE)	2.213	Rete Natura 2000 ZSC di Tipo B denominato Rupe di Campotrera, Rossena	1405	in posizione adiacente all'area	Come Sito di Importanza Comunitaria (SIC), la fonte dello status è la Direttiva "Habitat" UE 92/43	IT4030014
				Rete Natura 2000 ZSC di Tipo B denominato Fiume Enza da La Mora a Compiano	705	in posizione adiacente all'area	Come Sito di Importanza Comunitaria (SIC), la fonte dello status è la Direttiva "Habitat" UE 92/43	IT4030013
Caseificio del Cigarellino - Colline di Canossa Srl	Produzione e stagionatura	Via S. Martino 3, Carpineti (RE)	18.272	Rete Natura 2000 ZSC di Tipo B denominato Media Val Tresinaro, Val Dorgola	512	in posizione adiacente all'area	Come Sito di Importanza Comunitaria (SIC), la fonte dello status è la Direttiva "Habitat" UE 92/43	IT4030018

INFORMATIVA GRI STANDARDS 306-3: Rifiuti prodotti

Rifiuti					
Composizione dei rifiuti	Unità di misura	2022 ¹⁷		2023	
		Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Ferro e Acciaio	TON	-	5,2	-	3,5
Fanghi da trattamento affluenti	TON	-	1.208,7	-	603,9
Imballaggi di plastica	TON	-	50,3	-	38,3
Imballaggi in carta e cartone	TON	-	47,1	-	39,7
Scarti inutilizzabili	TON	-	215,8	-	467,3
Apparecchiature fuori uso	TON	-	8	-	-
Imballaggi misti	TON	-	13,7	-	23,8
TOTALE			1.368,8		1.176,5

¹⁶ I prelievi idrici 2022 e 2023 di Colline di Canossa S.r.l. sono stati stimati sulla base delle ultime letture reali dei contatori disponibili.

¹⁷ A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione, i dati relativi ai rifiuti generati nel 2022 dal Gruppo sono stati riesposti includendo anche nel perimetro la controllata Colline di Canossa S.r.l.

RESPONSABILITÀ SOCIALE:

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-7: Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori

Numero totale di dipendenti suddivisi per tipologia contrattuale (tempo indeterminato e determinato) e genere						
Tipologia contrattuale	Al 31 dicembre 2022 ¹⁸			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	90	58	148	97	61	158
A tempo indeterminato	69	51	120	76	51	127
A tempo determinato	20	7	27	20	10	30
A ore non garantite	1	-	1	1	-	1
Italia – Full time/Part-Time	90	58	148	97	61	158
di cui full- time	87	49	136	94	52	146
di cui part-time	3	9	12	3	9	12
UK	3	3	6	3	3	6
A tempo indeterminato	3	3	6	3	3	6
A tempo determinato	-	-	-	-	-	-
UK – Full time/ Part- Time	3	3	6	3	3	6
di cui full- time	3	2	5	3	1	4
di cui part-time	-	1	1	-	2	2
Germania	6	11	17	7	9	16
A tempo indeterminato	6	8	14	6	8	14
A tempo determinato	-	3	3	1	1	2
Germania – Full time/Part - Time	6	11	17	7	9	16
di cui full-time	6	10	16	7	8	15
di cui part-time	-	1	1	-	1	1
Lettonia	1	-	1	1	-	1
A tempo indeterminato	1	-	-	1	-	-
A tempo determinato	-	-	-	-	-	-
Lettonia – Full time/Part - Time	1	-	1	1	-	1
di cui full-time	-	-	-	-	-	-
di cui part-time	1	-	-	1	-	-
Totale	100	72	172	108	73	181



¹⁸ In seguito ad un processo di miglioramento della raccolta dei dati, le informazioni relative alla forza lavoro al 31 dicembre 2022 sono state rielaborate per affinamento della metodologia di calcolo e per includere il dipendente della Società controllata Baltic Cheeses Sia.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-8: Lavoratori che non sono dipendenti

Numero di lavoratori esterni (FTE) le cui mansioni sono controllate dall'organizzazione						
Rapporto contrattuale	Al 31 dicembre 2022 ¹⁹			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Stagisti o tirocinanti	-	1	1	-	-	-
Lavoratori autonomi	1	-	1	-	-	-
Interinali	6	3	9	5	5	10
Totale	7	4	11	5	5	10

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-21: Rapporto di retribuzione totale annuale

Rapporto di retribuzione totale annuale ²⁰	2022 ²¹	2023
Rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione ²² e la mediana della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) ²³	9,64	8,99
Rapporto fra la variazione percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e la mediana della variazione percentuale della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) ²⁴	-	N/A ²⁵

INFORMATIVA GRI STANDARDS 202-2: Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale

Management proveniente dai comuni e province limitrofe delle sedi delle società del Gruppo						
Numero di persone	Al 31 dicembre 2022			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Management ²⁶	11	6	17	12	5	17
Di cui assunto localmente ²⁷	11	6	17	12	5	17
Percentuale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

¹⁹ I dati 2022 relativi ai lavoratori esterni sono stati riesposti per affinamento della metodologia di calcolo.

²⁰ La retribuzione annuale include lo stipendio base fisso più gli importi aggiuntivi corrisposti ai dipendenti come, nel caso del Gruppo Dalter, i buoni pasto e i benefit alloggio erogati durante l'anno e i premi variabili previsti per i dipendenti in forza al 31 dicembre. Il totale dei buoni pasto è stato stimato moltiplicando il valore dei buoni per la media dei giorni lavorativi al mese. Per i dipendenti part-time sono stati utilizzati tassi di retribuzione equivalenti a tempo pieno (ETP).

²¹ Il dato relativo al 2022 è stato riesposto per includere tutte le società del Gruppo.

²² La persona che riceve la massima retribuzione ricopre la carica di Direttore Generale.

²³ Il tasso è calcolato come rapporto tra la retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e i valori mediani della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con la retribuzione più alta).

²⁴ Il tasso è calcolato come il rapporto tra la variazione percentuale della retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e il valore mediano della variazione percentuale della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con retribuzione più alta).

²⁵ Il rapporto non è calcolabile poiché la variazione percentuale della retribuzione dell'individuo più pagato risulta pari a zero. Tuttavia, la variazione percentuale mediana della retribuzione totale annua di tutti gli altri dipendenti è pari a 7%.

²⁶ Con management si intendono le categorie professionali di dirigenti e quadri.

²⁷ Con locale si fa riferimento alle città in cui si trovano le sedi delle società del Gruppo e alle loro province: Parma, Reggio Emilia, Exeter (UK) e Beilstein (DE).

INFORMATIVA GRI STANDARDS 401-1: Nuove assunzioni e turnover

Numero di assunzioni								
Numero di persone	2022				2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Italia	15	22	9	46	16	21	3	40
Uomini	14	14	5	33	12	14	2	28
Donne	1	8	4	13	4	7	1	12
UK	-	4	-	4	-	-	-	-
Uomini	-	1	-	1	-	-	-	-
Donne	-	3	-	3	-	-	-	-
Germania	1	3	1	5	-	2	-	2
Uomini	1	-	-	1	-	1	-	1
Donne	-	3	1	4	-	1	-	1
Totale	16	29	10	55	16	23	3	42
Uomini	15	15	5	35	12	15	2	29
Donne	1	14	5	20	4	8	1	13

Numero di cessazioni								
Numero di persone	2022				2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Italia	14	20	8	42	10	14	6	30
Uomini	10	4	6	20	8	10	4	22
Donne	4	16	2	22	2	4	2	8
UK	-	3	-	3	-	-	-	-
Uomini	-	1	-	1	-	-	-	-
Donne	-	2	-	2	-	-	-	-
Germania	2	1	1	4	1	2	-	3
Uomini	1	0	0	1	-	-	-	-
Donne	1	1	1	3	1	2	-	3
Totale	16	24	9	49	11	16	6	33
Uomini	11	5	6	22	8	10	4	22
Donne	5	19	3	27	3	6	2	11

Percentuale di turnover 2023	Per fascia d'età				Per genere		
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	17%	7%	-5%	5%	6%	3%	5%
Assunzioni	55%	24%	5%	23%	27%	18%	23%
Cessazioni	38%	17%	10%	18%	20%	15%	18%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 403-9: Salute e sicurezza sul lavoro

Infortuni sul lavoro - lavoratori dipendenti	2022	2023
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi) ²⁸	1	1
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	9	15
di cui lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	2	6
di cui distorsioni, traumi, lussazioni, fratture e stiramenti	7	9
Ore lavorate	278.649	280.299
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro ²⁹	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi) ³⁰	0,7	0,7
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili³¹	6,5	10,7

Infortuni sul lavoro – lavoratori esterni	2022	2023
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	1	-
di cui lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	-	-
di cui distorsioni, traumi, lussazioni, fratture e stiramenti	1	-
Ore lavorate³²	10.168	15.696
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	19,7	-

INFORMATIVA GRI STANDARDS 403-10: Malattie professionali

Malattie professionali	2022	2023
Numero di casi di decessi derivanti da malattie professionali	-	-
Numero di casi di malattie professionali registrabili	6	2

²⁸ Con infortunio sul lavoro grave si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

²⁹ Il tasso di decessi è calcolato come il rapporto tra i decessi dovuti a infortuni sul lavoro avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³⁰ Il tasso di infortuni gravi è calcolato come il rapporto tra gli infortuni gravi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³¹ Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrati avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³² Il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni nella Società Dalter UK Ltd è stato stimato sulla base dei giorni lavorabili nei due anni di riferimento e un numero di ore di lavoro settimanali assimilabili a un part-time al 95%.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 404-1: Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore di formazione per categoria professionale e genere						
Categoria professionale	2022 ³³			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	-	-	-	32	-	32
Quadri	242	51	293	415	150	565
Impiegati	360	382	742	1.175	928	2.103
Operai	649	191	840	565	239	804
Totale	1251	624	1875	2.187	1.317	3.504

Ore procapite						
Categoria professionale	2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	-	-	-	32	-	32
Quadri	24	9	33	38	30	35
Impiegati	18	11	29	47	26	34
Operai	9	6	16	8	7	8
Totale	13	9	11	20	18	19



³³ I dati 2022 relativi alle ore di formazione pro-capite sono stati riesposti per affinamento della metodologia di calcolo.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 405-1: Diversità degli organi di governo e tra i dipendenti

Numero totale di dipendenti per categoria professionale e genere						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	1	-	1	1	-	1
Quadri	10	6	16	11	5	16
Impiegati	20	35	55	25	36	61
Operai	69	31	100	71	32	103
Totale	100	72	172	108	73	181

Numero totale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età								
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022				Al 31 dicembre 2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	-	1	1	-	-	1	1
Quadri	1	10	4	15	-	6	12	18
Impiegati	9	36	11	56	10	30	18	58
Operai	17	59	24	100	19	58	27	104
Totale	27	105	40	172	29	94	58	181

Categorie protette						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	2	3	1	2	3
Operai	1	2	3	1	2	3
Totale	2	4	6	2	4	6

Numero totale di dipendenti per categoria professionale e fascia d'età (Percentuale)								
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022				Al 31 dicembre 2023			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	100%
Quadri	7%	67%	27%	100%	0%	33%	67%	100%
Impiegati	18%	64%	20%	100%	17%	52%	31	100%
Operai	17%	59%	24%	100%	18%	56%	26%	100%
Totale	16%	61%	23%	100%	16%	52%	32%	100%

Percentuale di dipendenti per categoria professionale e genere

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	100%	0%	100%	100%	0%	100%
Quadri	63%	38%	100%	69%	31%	100%
Impiegati	36%	64%	100%	41%	59%	100%
Operai	69%	31%	100%	69%	31%	100%
Totale	58%	42%	100%	60%	40%	100%

Percentuale di dipendenti appartenenti a categorie protette per categoria

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2022			Al 31 dicembre 2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	5%	6%	6%	4%	6%	5%
Operai	1%	6%	3%	1%	6%	3%
Totale	2%	6%	3%	2%	5%	3%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 405-2: Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini**Rapporto tra salario di base³⁴ e retribuzione³⁵ per genere e categoria professionale³⁶**

Categoria professionale	Rapporto salario base donne/uomini		Rapporto retribuzione donne/uomini	
	Al 31 dicembre 2022	Al 31 dicembre 2023	Al 31 dicembre 2022	Al 31 dicembre 2023
Dirigenti ³⁷	-	-	-	-
Quadri	0,80	0,82	0,71	0,74
Impiegati	0,93	0,97	0,92	0,97
Operai	0,90	0,90	0,89	0,89

³⁴ Lo stipendio base è l'importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni che gli sono state assegnate.

³⁵ La retribuzione annuale include lo stipendio base fisso più gli importi aggiuntivi corrisposti ai dipendenti come, nel caso del Gruppo Dalter, i buoni pasto e i benefit alloggio erogati durante l'anno e i premi variabili previsti per i dipendenti in forza al 31 dicembre. Il totale dei buoni pasto è stato stimato moltiplicando il valore dei buoni per la media dei giorni lavorativi al mese.

³⁶ Per i dipendenti part-time sono stati utilizzati tassi di retribuzione equivalenti a tempo pieno (ETP).

³⁷ Il rapporto non è espresso perché non ci sono, negli anni 2022 e 2023, donne con la qualifica di dirigente.

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Dichiarazione d'uso	DalterFood Group ha redatto il presente Bilancio di Sostenibilità in conformità ai GRI Standards per il periodo dal 1 gennaio – 31 dicembre 2023				
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021				
Standard di settore GRI pertinente	N/A				
GRI Standards	Informativa	Ubicazione	Omissione		
			Informazioni omesse	Motivo	Spiegazione
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informativa Generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	pag. 21			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	pag. 6			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	pag. 6			
	2-4 Revisione delle informazioni	Pag. 6			
	2-5 Assurance esterna	pag. 6			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	pag. 6, pag. 31-33, pag. 36			
	2-7 Dipendenti	pag. 67, pag. 81			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	pag. 82			
	2-9 Struttura e composizione della governance	pag. 21-22			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	pag. 22			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	pag. 22			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	pag. 22			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	pag. 22			
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	pag. 6			
	2-15 Conflitti d'interesse	pag. 27			
	2-16 Comunicazioni delle criticità	pag. 26			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	pag. 22			
	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	pag. 22			
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	pag. 23, pag. 68			
	2-20 Procedura di determinazione della remunerazione	pag. 23			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	pag. 23, pag. 82			
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	pag. 1-2			
	2-23 Impegno in termini di policy	pag. 24			

GRI 2: Informativa Generali 2021	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	pag. 26
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	pag. 26
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	pag. 26
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	pag. 25
	2-28 Appartenenza ad associazioni	pag. 43
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	pag. 10-12
	2-30 Contratti collettivi	pag. 68
Temati materiali		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	pag. 10-13
	3-2 Elenco di temi materiali	pag. 13
Tematica materiale: Performance economica		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 30, pag. 75-76
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	pag. 30
Tematica materiale: Etica e integrità di business		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 26, pag. 75-76
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	pag. 26
GRI 206: Comportamento anticompertitivo 2016	206-1 Azioni legali relative a comportamento anti-competitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	pag. 26
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	pag. 71
Tematica materiale: Consumi energetici ed emissioni		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 60-63, pag. 75-76
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	pag. 60-61, pag. 78
	302-3 Intensità energetica	pag. 60
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	pag. 62, pag. 78
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	pag. 62, pag. 79
Tematica materiale: Economia circolare e gestione delle risorse naturali		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 56, pag. 75-76
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	pag. 57, pag. 77
	301-2 Materiali d'ingresso riciclati utilizzati	pag. 59, pag. 77
	301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	pag. 57, pag. 77
GRI 303: Acqua ed effluenti 2018	303-3 Prelievo idrico	pag. 64, pag. 80

Tematica materiale: Gestione dei rifiuti		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 57, pag. 75-76
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti prodotti	pag. 57, pag. 80
Tematica materiale: Gestione responsabile della materia prima latte		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 44-45, pag. 75-76
GRI 304: Biodiversità 2016	304-1 Siti operativi di proprietà, concessi in leasing o gestiti in aree protette e in aree di elevato valore in termini di biodiversità fuori da aree protette oppure vicini a tali aree	pag. 80
	304-2 Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	pag. 44-45
Tematica materiale: Salute e sicurezza sul lavoro		
GRI 3 Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 72, pag. 75-76
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	pag. 72
	403-2 Identificazione e valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	pag. 72
	403-3 Servizi sanitari sul lavoro	pag. 72
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	pag. 72
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	pag. 72
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	pag. 72
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	pag. 72
	403-9 Infortuni sul lavoro	pag. 73, pag. 84
	403-10 Malattia professionale	pag. 73, pag. 84
Tematica materiale: Inclusione, benessere e crescita dei dipendenti		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 67, pag. 75-76
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	pag. 82
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	pag. 83
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione all'anno per dipendente	pag. 70, pag. 85
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	pag. 67, pag. 71, pag. 86
	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	pag. 87

Tematica materiale: Salute e sicurezza dei consumatori		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 50, pag. 75-76
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	pag. 50-53
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	pag. 26
Tematica materiale: Qualità e sicurezza del prodotto		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 48, pag. 75-76
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	pag. 51
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	pag. 49
	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	pag. 49
	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	pag. 49
Tematica materiale: Gestione responsabile della catena di fornitura		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 40, pag. 75-76
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	pag. 40
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori selezionati in base a criteri sociali	pag. 40
Tematica materiale: Benessere animale		
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	pag. 42, pag. 75-76

*Ringraziamo tutti i nostri collaboratori che hanno attivamente
partecipato alla realizzazione del nostro bilancio.*

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023
di DalterFood Group

Supporto interno DalterFood Group per lo sviluppo editoriale:
Direzione Aziendale e Responsabili di funzione

Supporto Metodologico tecnico e Testi:
Deloitte & Touche Spa

Progetto Grafico ed Impaginazione
Blureflex Advertising

Fotografie
Archivio DalterFood Group, Freepik

DalterFood Group

Via Val d'Enza 134
Sant'Ilario d'Enza 42049
RE Italy

www.dalterfood.com

info@dalterfood.com

 DalterFood Group