orizzonti holding

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
del Gruppo Orizzonti

2024

Indice

1. **INFORMAZIONI GENERALI** 4
   1.1 Lettera agli stakeholder 4
   1.2 Gruppo Orizzonti: i numeri 2024 5
   1.3 Il nostro modello di business 6
      1.3.1 Un percorso fatto di valori, crescita e innovazione responsabile 6
      1.3.2 Le tappe principali di crescita del Gruppo: un assetto che ha radici lontane 8
      1.3.3 Il sociogramma del Gruppo 10
   1.4 Area Distribuzione: GDA S.p.A. 11
      1.4.1 Risposte mirate per le diverse esigenze di consumo: le insegne di GDA S.p.A. 13
   1.5 Area Produzione: Di Carlo S.r.l. 17
      1.5.1 Una conferma di affidabilità, le certificazioni della Di Carlo S.r.l. 18
   1.6 Area Immobiliare: Sinerfin S.p.A. 18
   1.7 Sviluppo tecnologico: MyAv S.p.A. e Gruppo Beewize 19
   1.8 Governance e organi di Direzione e Controllo 20
      1.8.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo 20
      1.8.2 Un modello di governance diffusa della sostenibilità 21
   1.9 Il processo di rendicontazione 21
      1.9.1 Il nostro percorso di sostenibilità 21
      1.9.2 Il processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità 22
      1.9.3 Informativa in relazione a circostanze specifiche 32
2. **TEMI AMBIENTALI** 33
   2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni 33
      2.1.1 L'impegno ambientale del Gruppo 33
      2.1.2 Consumi energetici ed emissioni 40
   2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare 45
      2.2.1 Preservare il valore delle risorse: una priorità per Gruppo Orizzonti 45
3. **TEMI SOCIALI** 53
   3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria 53
      3.1.1 Il nostro Gruppo 53
      3.1.2 Il valore di ciascuno, la forza del Gruppo 56
      3.1.3 Valorizzare le persone, senza distinzioni 57
      3.1.4 Investire nel futuro delle persone: l'attività di formazione 60
   3.2 ESRS S3: Comunità interessate 65
      3.2.1 Il nostro impegno sociale 65

3.3 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali 74
3.3.1 Una questione di fiducia: la centralità del cliente come visione strategica 74
3.3.2 Il consumatore al centro 74
3.3.3 Canali per un ascolto attento e gestione efficace delle segnalazioni 82
4. **TEMI DI GOVERNANCE** 85
4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese 85
4.1.1 Una cultura aziendale basata su politiche e condotte etiche e trasparenti 85
4.1.2 Sviluppo del territorio: le nostre scelte di approvvigionamento 90
4.1.3 Relazioni con i fornitori e gestione della catena del valore 91
5. **APPENDICE** 98
5.1 Annex ESRS E1 98
5.2 Annex ESRS S1 100

1. INFORMAZIONI GENERALI

1.1 Lettera agli stakeholder

Cari Stakeholder,

sono lieto di presentare il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Orizzonti, che testimonia un rinnovato impegno, innanzitutto culturale, verso alcune tematiche di ruolo sociale dell'impresa in cui integrare, consapevolmente, una chiara ed efficace visione strategica tesa alla sostenibilità.

Con questo primo Bilancio raccontiamo chi siamo, come operiamo e come si concretizza questo nostro impegno per costruire un futuro sostenibile, in un contesto fortemente competitivo e in continuo mutamento. La sostenibilità per il nostro Gruppo non è solo una scelta: è una responsabilità che ci guida nell'operatività di ogni giorno!

La rendicontazione volontaria è una conferma della determinazione del top management ad enfatizzare l'orientamento verso un modello di organizzazione, gestione e controllo, ispirato ai principi ESG (environmental, social, corporate governance).

Nel corso degli ultimi anni, segnati da crescenti disuguaglianze sociali, incertezza a livello geopolitico ed economico e cambiamenti climatici sempre più impattanti, il nostro Gruppo ha perseguito il proprio piano di sviluppo creando valore per gli stakeholder e il territorio.

L'adozione di un modello organizzativo ispirato a principi ESG potrà aiutarci a conseguire ulteriori vantaggi competitivi di lungo termine, migliorare strutturalmente i risultati economici-finanziari e la stabilità del Gruppo.

Un'azienda coesa grazie alla forte identità e a valori chiari e condivisi è un'azienda più forte nell'affrontare con visione e consapevolezza i contesti di mercato in continua evoluzione.

Ringrazio tutti i nostri stakeholder - collaboratori, soci, fornitori, partner ed in particolare i clienti - per la fiducia e il continuo supporto mostrato. Consapevoli delle sfide che ci attendono, siamo pronti per agire insieme e scrivere il prossimo capitolo di questo percorso appena intrapreso.

Manteniamo salde le RADICI e guardiamo INSIEME nella stessa direzione.

Auguro a noi tutti di avere il coraggio di cambiare per ambire all'eccellenza.

Presidente e Amministratore Delegato
Gruppo Orizzonti Holding

Costantino Di Carlo

1.2 Gruppo Orizzonti: i numeri 2024

Il business e la governance

475 milioni € il **valore delle vendite e prestazioni** del Gruppo Orizzonti

189 il numero dei **punti vendita**

98,16% di **fornitori italiani sul totale fornitori**

L'impatto sociale

941 il numero dei **dipendenti** del Gruppo Orizzonti

36,77% presenza di **donne** in azienda e **63,33%** quella di **uomini**

3.964 le **ore di formazione** erogate ai nostri dipendenti nell'anno

695.127 € il valore delle **donazioni** dirette e indirette (comprese quelle alimentari) e delle **collaborazioni per attività benefiche**

L'impatto ambientale

466.240 kWh di **energia rinnovabile autoprodotta**

205,71 tonnellate di **CO_2 evitate** grazie all'utilizzo di impianti fotovoltaici

76% di emissioni di **CO_2 in meno** grazie all'utilizzo di confezioni per l'olio di oliva in TetraPak® piuttosto che in vetro

1.3 Il nostro modello di business

1.3.1 Un percorso fatto di valori, crescita e innovazione responsabile

L'attuale **Gruppo Orizzonti** è il risultato di una **lunga storia imprenditoriale** che ha visto l'evoluzione di un'azienda in cui l'elemento familiare si è integrato efficacemente in una gestione manageriale ed orientata ai processi aziendali.

Partendo dalla Basilicata, il Gruppo si è sviluppato gradualmente fino a operare in gran parte delle regioni centrali e meridionali d'Italia.

I valori cardine che orientano le azioni e le decisioni all'interno del Gruppo Orizzonti sono:

- **Evoluzione** intesa come orientamento al cambiamento continuo,
- **Competitività** volta al miglioramento delle performance economiche,
- **Rispetto** delle persone, regole e normative vigenti,
- **Territorio** quale ambito di operatività e creazione di valore.

Oggi il Gruppo si articola in diverse **società controllate**, ognuna specializzata nella **gestione di specifiche aree di business** e supportate, attraverso una serie di servizi, dalla **capogruppo Orizzonti Holding S.p.A.** (d'ora in avanti, anche **OH S.p.A.**).

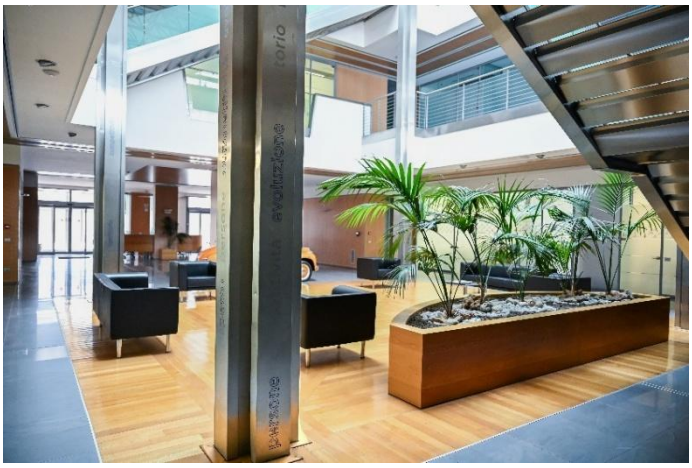
La mission di OH S.p.A. è:

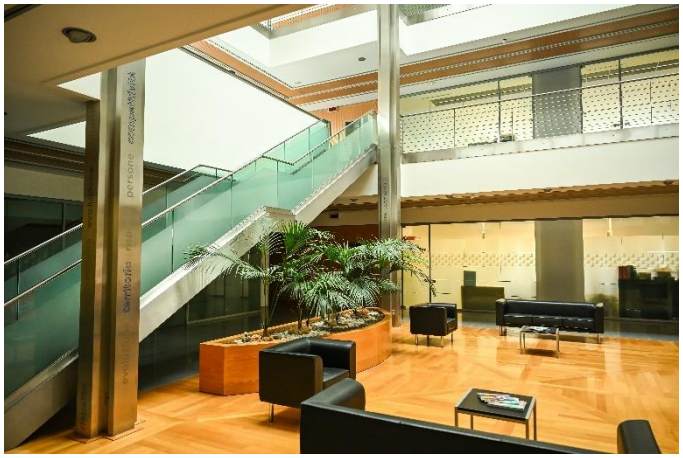
***Creare valore d'impresa traendo elementi di forza distintiva dalle radici territoriali del gruppo e nel rispetto della nostra identità e dei nostri valori*.**

OH S.p.A. è controllata totalitariamente dalla società **Di Carlo Holding S.r.l.** (DCH S.r.l.) la quale riveste esclusivamente il ruolo di holding "di famiglia", in cui si esplicano le partecipazioni societarie dei soci persone fisiche.

OH S.p.A. svolge, pertanto, la funzione di passaggio dalle logiche di azionariato familiare a quelle di impresa, nell'ottica di assicurare una **governance efficace, efficiente** e volta alla **generazione di valore**.

GDA





1.3.2 Le tappe principali di crescita del Gruppo: un assetto che ha radici lontane

Anni "30

Prendono forma le attività di produzione di prodotti del territorio, in particolare, olio d'oliva e grano.

Anni "50 – Anni "80

Fino agli anni "70, opera la **ditta individuale** «Di Carlo Domenico» attiva nel settore del commercio di beni alimentari.

Nel 1981 nasce la prima società, a base familiare, quale **società in nome collettivo**.

Dal 1990 al 2000

Evoluzione della snc in **società di capitali.**

Comincia a delinearsi un Gruppo Societario **multibusiness** (attività distributiva e produttiva) e **multicanale** (distribuzione all'ingrosso e al dettaglio), in ragione di una precisa scelta strategica a presidio del Territorio. Tassi di sviluppo annui molto elevati e crescita della complessità di gestione.

Si definiscono **regole e principi per la partecipazione dei componenti della famiglia alla vita aziendale**, quali soci e, nel caso, amministratori o collaboratori.

Dal 2001 al 2003

Nascita della Holding in cui si esplicano le partecipazioni dei soci persone fisiche ed allocazione di attività operative in società controllate.

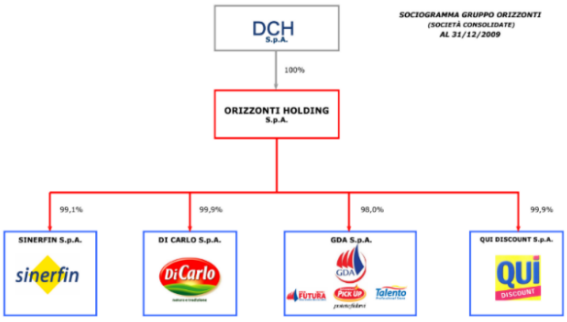
Importanti eventi di cambiamento nella *governance* del Gruppo: partecipazione al C.d.A. di amministratori esterni alla compagine sociale e familiare.

Certificazione del bilancio su base volontaria da parte di Deloitte & Touche.

Operazione di private equity con ingresso nel capitale dell'attuale OH S.p.A. del Socio finanziario MPS Venture Gruppo Banca Monte dei Paschi di Siena.

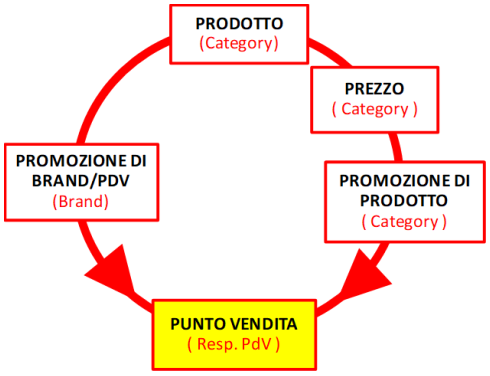
Dal 2004 al 2008

Razionalizzazione dell'assetto di Gruppo con individuazione, anche sul piano societario, di specifiche aree di business: immobiliare, produzione, distribuzione.
Chiara distinzione di ruolo tra holding «operativa» (attuale OH S.p.A.) e holding di «famiglia» (attuale DCH S.r.l.).
Evoluzione del sistema di governance aziendale.
Way-out del socio finanziario MPS Venture secondo programma.

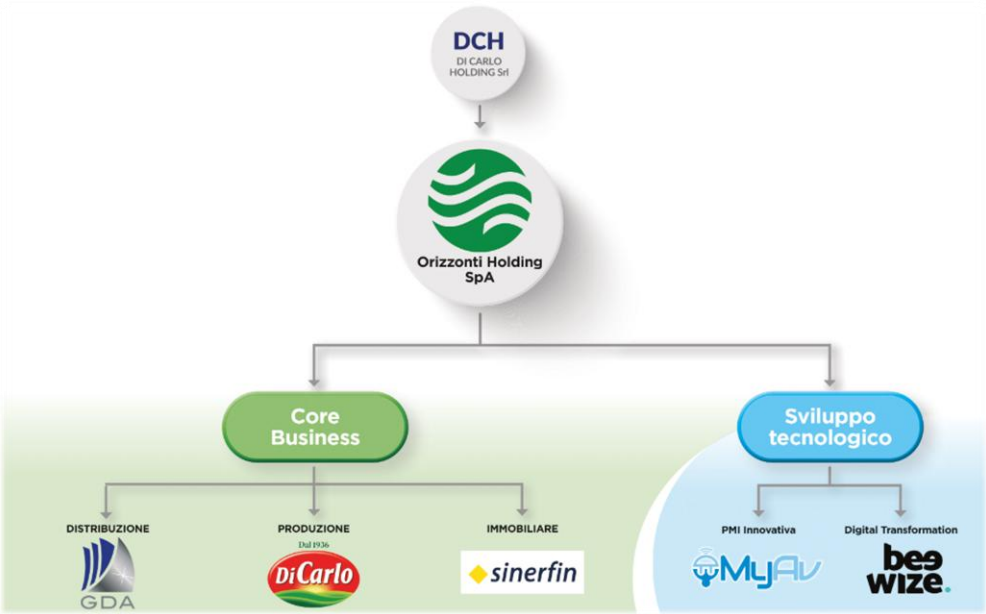


Dal 2009 ad oggi

Evoluzione culturale ed organizzativa: **dai compiti ai ruoli e dalle attività ai processi**.
Investimento del Gruppo in progetti volti all'**ottimizzazione dei processi aziendali** e all'**integrazione tecnologica**.
Adozione dei Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs.231/2001.



1.3.3 Il sociogramma del Gruppo



Il Gruppo Orizzonti opera in diverse Aree di business attraverso **società operative** attive nei settori strategici della **distribuzione, produzione e immobiliare**, controllate direttamente da OH S.p.A.

Quest'ultima eroga a favore delle società controllate servizi di amministrazione, pianificazione e controllo, tesoreria e gestione delle risorse umane, oltre a servizi tecnici e informatici. Tali attività sono disciplinate da contratti infragruppo, che regolano le modalità di erogazione dei servizi e le relative responsabilità.

L'**Area Distribuzione** rappresenta **il core business** del Gruppo ed è presidiata dalla controllata **GDA S.p.A.**, azienda multi-brand (multi-insegna) e multicanale, focalizzata nella distribuzione di prodotti alimentari di largo consumo attraverso punti vendita che offrono specifiche soluzioni di format, layout, assortimento, prezzo, comunicazione e servizio.

Nell'**Area Produzione** opera la controllata **Di Carlo S.r.l.,** impegnata nella produzione di oli confezionati di oliva e di semi, mediante imbottigliamento di oli sfusi selezionati anche con utilizzo di contenitori innovativi, e nella selezione e commercializzazione di prodotti tipici della dieta mediterranea, con un forte legame con la tradizione e la qualità.

Infine, l'**Area Immobiliare** è presidiata dalla controllata **Sinerfin S.p.A.**, che detiene la proprietà degli immobili strategici del Gruppo, destinati ad ospitare strutture di vendita ed attività di servizio (Piattaforme logistiche, headquarter). Realizza, quindi, attività di facility e servizi immobiliari essenzialmente per le altre aree di business del Gruppo.

Sono controllate da OH S.p.A., inoltre, le società **MyAv S.p.A.**, **Beewize S.p.A.** e **Softec S.p.A.** (le ultime due costituiscono il Gruppo Beewize); tali società, incentrate sullo sviluppo tecnologico, **non sono incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità**.

Tutte queste società rientrano nell'**area di consolidamento del Gruppo**, contribuendo al rafforzamento e alla diversificazione del portafoglio di attività in vari settori.

1.4 Area Distribuzione: GDA S.p.A.

GDA S.p.A., Gruppo Distribuzione Alimentare, è una società multicanale specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari e di servizio, attraverso propri brand-insegna ed attraverso la piattaforma.

L'azienda opera con **tre modelli di gestione**:

1. gestione diretta con punti vendita di proprietà,

2. gestione franchising con punti vendita affiliati,

3. marketplace con la piattaforma.

La strategia commerciale fondamentale è rappresentata dalla "**multicanalità**" espressa attraverso la conoscenza dei diversi stati comportamentali dei clienti e la volontà di soddisfarli con specifici brand-insegne.

GDA S.p.A. ha come **focus principale il cliente** e lo asseconda nei suoi bisogni in real-time con tutti gli strumenti tecnologici e di marketing conosciuti.

Per tale motivo GDA S.p.A. si adatta alle peculiarità territoriali del Centro e Sud Italia e alla tipologia di cliente, modulando i suoi brand, il personale addetto, gli assortimenti e i suoi processi al fine di gestire al meglio lo spazio espositivo.

L'azienda multicanale si pone, pertanto, come precisa **scelta strategica a presidio del Territorio**.

I **valori** di GDA S.p.A.:

Cuore delle sue attività è un **polo logistico d'avanguardia** a Polla, in provincia di Salerno, a pochi passi dalla sede centrale inaugurato nel 2006. Esteso su un'area di **100 mila mq**, di cui **50 mila mq coperti**, il centro gestisce circa **20 mila referenze** e **16 mila postazioni di prodotto**, con riferimento alle merceologie "grocery" e a quelle del "fresco" e "freschissimo", mentre una partnership esterna assicura la gestione dei prodotti surgelati. Nello stesso circondario, nel limitrofo comune di Atena Lucana, è situato un **ulteriore magazzino di 8 mila mq**, destinato allo stoccaggio e alla logistica integrativa in occasioni speciali o situazioni contingenti, anche al fine di assicurare la massima continuità del servizio.

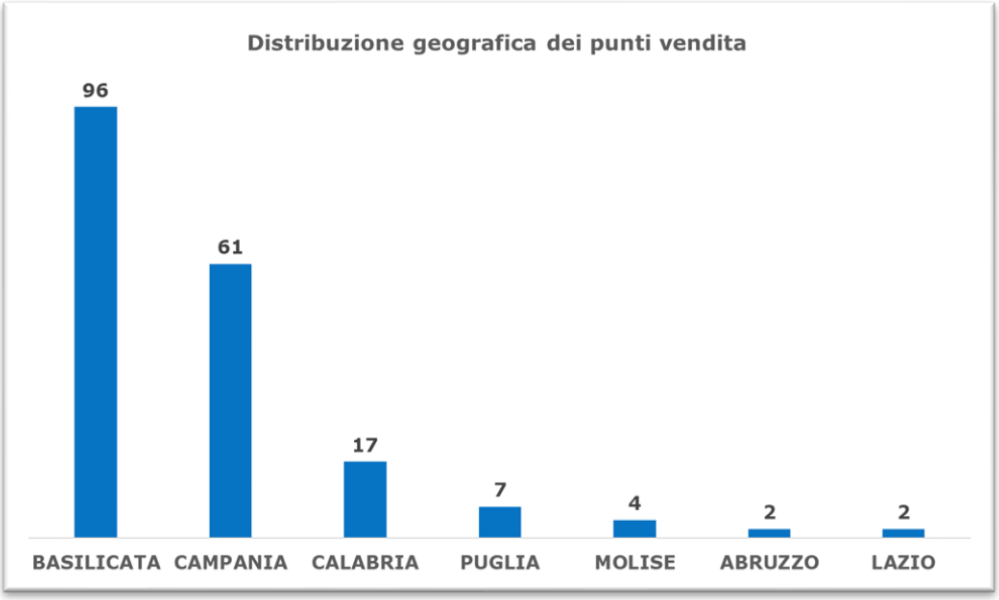
Dal 2018 GDA S.p.A. aderisce alla centrale di acquisto **Gruppo VéGé**, costituita da imprese distributive che presidiano con eccellenza l'area di riferimento. Végé negozia, per conto delle imprese associate, prevalentemente, con la grande industria alimentare e le multinazionali alimentari l'acquisto di prodotti di marca.

Inoltre, dal 2019 GDA S.p.A. aderisce a **Italy Discount**, consorzio attivo nel canale discount, per rafforzare la propria capacità contrattuale e assortimentale nello specifico settore.

1.4.1 Risposte mirate per le diverse esigenze di consumo: le insegne di GDA S.p.A.

Le attività distributive si distinguono per la loro **diversificazione** attraverso vari brand e canali di vendita, B2C e B2B e B2BC, accomunati però da un **forte orientamento al cliente e alla tecnologia.**

GDA S.p.A. è presente in sette regioni italiane – **Basilicata, Campania, Calabria, Puglia, Molise Abruzzo** e **Lazio** - con **189 punti vendita**, di cui **54 diretti** e "**135 indiretti"** tra ipermercati, supermercati, discount e Cash&Carry.



Nelle sette regioni presidiate, considerando il settore Retail e Cash&Carry, GDA S.p.A. raggiunge una **quota di mercato** del 2%; nello specifico, nel settore Retail una quota di mercato del 1.6% mentre nel Cash&Carry una quota del 6%.

In Basilicata, in particolar modo, GDA S.p.A. raggiunge nel settore Retail, una quota di mercato vicina al 23%, quota che sale al 54% considerando il settore Cash&Carry.

La vendita al dettaglio viene gestita sia direttamente, con insegne come **IperFutura** e **Pick Up**, sia indirettamente, attraverso le reti in franchising **Qui Discount** e **Spesa Mia**. GDA S.p.A. gestisce inoltre direttamente i Cash&Carry **Talento** e i supermercati per grandi formati **Conviene XXL**.

Una rete distributiva ampia e diversificata che permette al Gruppo di coprire una vasta gamma di esigenze, offrendo soluzioni sia per i consumatori finali che per le piccole e medie imprese.

Grazie a un costante percorso di crescita fondata su innovazione e responsabilità, GDA S.p.A. si è consolidata negli anni come **un attore di riferimento nel Centro-Sud Italia**, rafforzando al tempo stesso la capacità competitiva dell'intero gruppo.

IperFutura è il brand che presidia il settore retail con format degli «Ipermercati», fino a 4.000 mq, che privilegiano la massima ampiezza e profondità assortimentale, per la soddisfazione dei bisogni di una **spesa completa**.
È l'Ipermercato di riferimento per le esigenze di tutta la famiglia, ricco di iniziative legate al programma fedeltà della Premiaty Card. Punto di forza è **un assortimento ampio e profondo**, in grado di soddisfare le esigenze di una spesa completa e variegata.

Il primo IperFutura apre **a Potenza nell'aprile 1993**, nel cuore della città, e diventa presto un punto centrale per i consumatori locali; oggi l'insegna conta **9 ipermercati distribuiti in 3 regioni italiane**.

Pick Up è il Brand che presidia il settore retail con la presenza di supermercati di prossimità, fino a 1.000 mq, che privilegiano l'ampiezza assortimentale in tutti i reparti per una **spesa conveniente di tutti i giorni**.

Il primo punto vendita **Pick Up** nel Gruppo risale al **1993.** Oggi è un'insegna in continua espansione che conta **44 punti vendita** distribuiti tra **Basilicata, Campania, Calabria, Molise e Puglia**. I negozi esprimono il format dei **supermercati di prossimità**, progettati per offrire **un'esperienza d'acquisto pratica e quotidiana**, fedele al motto "***Prezzi leggeri sempre***".

Conviene XXL è un format innovativo, fino a 1.200 mq, nato nel 2021: extra in tutto; rivolto a clienti Ho.Re.Ca. e gruppi d'acquisto. **Grandi formati e Prezzi shock riservati ai possessori della EXXTRACARD**. Ad oggi Conviene XXL conta **5 punti vendita** presenti in **Basilicata e Campania**.

I reparti sono completamente **a libero servizio**, in modo da consentire ai clienti di **fare acquisti in modo rapido e autonomo**. Grazie a questa tipologia di offerta, **qualità, velocità e convenienza** sono garantite **ogni giorno**, senza necessità di attendere eventuali promozioni.

Talento è il brand che presidia il settore professional con Cash&Carry di servizio, fino a 4.000 mq, che propongono un assortimento ampio, profondo e di qualità, a prezzi competitivi per una spesa professionale.

Introdotto negli anni '80, l'attuale marchio rappresenta l'evoluzione dei primi Cash&Carry a insegna Punto Cash, le cui origini risalgono agli anni '50: GDA S.p.A. si caratterizza così come **uno dei primi operatori Cash&Carry nel Mezzogiorno**, protagonista di un lungo percorso che ne fa oggi **un punto fermo della distribuzione all'ingrosso** per gli operatori dei territori di riferimento.

Oggi Talento conta **16 punti vendita** distribuiti in **7 regioni italiane** – Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Molise e Puglia – offrendo **oltre 12.000 referenze** alimentari e non alimentari dedicate al mondo Ho.Re.Ca. e della vendita professionale.

SPESA MIA, è il brand per lo sviluppo dei supermercati in franchising per creare una sinergia con gli imprenditori locali nell'interpretazione dei bisogni dello specifico territorio. Nato negli anni '90 Attualmente conta **33 punti vendita**. I negozi Spesa Mia operano in Basilicata, Calabria, Campania e Puglia e si distinguono per **una presenza radicata nei centri urbani e nei contesti di prossimità**.

L'offerta è pensata per un supermercato "di zona", con assortimento **adeguato alle esigenze quotidiane della clientela locale** e **punte di eccellenza provenienti dal territorio**. Il modello punta su una combinazione di autonomia imprenditoriale e supporto centrale: l'imprenditore affiliato gestisce il punto vendita **secondo le peculiarità locali**, mentre GDA S.p.A. assicura **linee guida, sistemi logistici, convenzioni e marketing**.

QUI DISCOUNT è il brand che presidia dal 2006 il settore discount e che si rivolge al target cliente attento ai prezzi, ma che non vuole rinunciare alla **qualità.** Il format di prossimità propone un assortimento snello con prodotti da **primo prezzo**, integrato con le principali marche, in spazi di vendita **fino a 750 mq**.

L'insegna conta **82 punti vendita** distribuiti in **Basilicata, Calabria, Campania e Puglia**.

GDA S.p.A., attraverso i suoi brand, si presenta come un sistema multicanale in grado di **coniugare prossimità, completezza e specializzazione**, integrando nei diversi format **convenienza, qualità e valorizzazione delle produzioni territoriali**.

Oggi, con una forte presenza sul territorio e una rete logistica di supporto, GDA S.p.A. è **ben posizionata per affrontare le sfide future**, in un contesto di crescente concorrenza e cambiamento del mercato.

1.5 Area Produzione: Di Carlo S.r.l.

Di Carlo S.r.l. opera, con l'omonimo marchio, nella produzione degli **oli alimentari** confezionati e prodotti tipici della dieta mediterranea, attraverso una vendita B2B con **canali tradizionali diretti** e attraverso il **canale e-commerce**; è, inoltre, presente nelle principali insegne della GDO.

La mission aziendale consiste nel **portare innovazione** nella **produzione olearia** e nei prodotti tipici di qualità della **dieta mediterranea**, sempre nel rispetto dei **valori tradizionali**. Per questo uno dei principi fondamentali della società è **il rispetto**, che si traduce in un impegno concreto a costruire e mantenere **relazioni di fiducia reciproca con i partner e gli stakeholder**, sia interni che esterni.

Di Carlo S.r.l. pone grande enfasi sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale, utilizzandola come driver principale nelle decisioni aziendali.

I **valori** che caratterizzano l'azienda sono **integrità, tradizione, qualità, innovazione, dieta mediterranea, rispetto e sostenibilità**, con una particolare attenzione all'autenticità dei propri prodotti.

La storia della **Di Carlo S.r.l.** comincia nel **1936**, quando la famiglia avvia a **Vietri di Potenza** un'attività produttiva di prodotti del territorio, in particolare, **olio d'oliva** e **grano**.

Nel **1978**, l'attività si sviluppa anche con un frantoio dedicato.

Negli anni Duemila prosegue la crescita e modernizzazione della struttura produttiva, che già nel **2003** ha consentito di ottenere importanti **certificazioni ISO** per qualità, ambiente e sicurezza, e che culmina con il trasferimento nel **2005** nell'attuale sede di **Buccino**.

Il nuovo stabilimento, situato in un contesto geografico connotato da una forte **vocazione** e **tradizione** nel settore olivicolo, si estende su una superficie di **20 mila mq** – di cui **10 mila mq coperti** – destinata allo stoccaggio e alle linee di produzione, anche per contenitori innovativi nell'ottica della protezione della qualità dell'olio e del rispetto dell'ambiente.

1.5.1 Una conferma di affidabilità, le certificazioni della Di Carlo S.r.l.

Di Carlo S.r.l. vanta numerose certificazioni di qualità, tra le quali il **certificato biologico**, la certificazione **FDA**, le certificazioni **Kosher** e **BRC grade AA**. A conferma dell'impegno costante a garantire la qualità dei prodotti, e a rispettare elevati standard internazionali, la società è anche certificata con gli standard **ISO 9001**, **ISO 45001** e **ISO 14001**.

1.6 Area Immobiliare: Sinerfin S.p.A.

Sinerfin S.p.A. si occupa della gestione del patrimonio immobiliare del Gruppo, con una particolare focalizzazione sui **punti vendita** e sugli **immobili di servizio** (piattaforme logistiche, stabilimento produttivo, uffici).

La sua attività fornisce un contributo efficace alla **visione strategica complessiva del Gruppo**, con soluzioni che supportano lo sviluppo e la crescita delle diverse realtà aziendali. Sinerfin S.p.A. assume nel Gruppo un significativo ruolo strategico per la stabilizzazione dell'attività sul territorio.

1.7 Sviluppo tecnologico: MyAv S.p.A. e Gruppo Beewize

Da menzionare anche le società **MyAv S.p.A. e il Gruppo Beewize** che, pur non rientrando nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità, sono parte del perimetro consolidato del Gruppo quali attività nel campo dell'**innovazione tecnologica** e della **digital transformation**.

MyAv S.p.A. è una PMI innovativa, nata nel 2015 con l'obiettivo di valorizzare e potenziare il know-how e le tecnologie di *process development* concepite nell'ambito del Gruppo Orizzonti.

Le tecnologie su cui MyAv S.p.A. opera, quali AI e computer vision integrata alla robotica, trovano la massima espressione nel prodotto Mike Process Master®, un robot di assistenza al processo logistico distributivo di punto vendita pienamente operativo dal 2018.

Dal 2022 si è aggiunta ai sistemi sviluppati SuSyP, una piattaforma di continuous intelligence in grado di gestire in autonomia le complessità intrinsecamente connesse al trattamento dei big data.

Il Gruppo Beewize, operante prevalentemente attraverso Softec S.p.A., si pone l'obiettivo di **semplificare i processi** e **migliorare la customer experience** grazie **alla trasformazione digitale** a partire dal settore retail. Certificata **ISO 9001:2015**, la Softec S.p.A. combina competenze tecnologiche e design dei servizi, posizionandosi come partner strategico per le aziende che vogliono innovare il proprio modello di business.

Entrambe queste esperienze di investimento sono nate con lo scopo strategico di inserire il Gruppo in un processo evolutivo teso a cogliere le opportunità offerte dall'innovazione e dalla tecnologia per migliorare ed ottimizzare il proprio core business.

Si specifica che le società MyAv S.p.A. e quelle facenti parte del Gruppo Beewize, incentrate sullo sviluppo tecnologico, non sono incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità.

1.8 Governance e organi di Direzione e Controllo

1.8.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo

Il Consiglio di Amministrazione

Di seguito, la composizione del **Consiglio di Amministrazione (C.d.A.)** di **OH S.p.A.** al 31 dicembre 2024:

CARICA/RUOLO	NOME E COGNOME	in carica dal	GENERE	ETÀ al 31/12/2024
PRESIDENTE C.d.A.	COSTANTINO DI CARLO	18/12/2003	M	65
AMMINISTRATORE DELEGATO	COSTANTINO DI CARLO	30/04/2004	M	65
CONSIGLIERE	VALERIO DI CARLO	18/12/2003	M	57
CONSIGLIERE DELEGATO ALLA DIREZIONE GENERALE	VALERIO DI CARLO	30/04/2004	M	57
CONSIGLIERE	DOMENICO DI CARLO	11/05/2023	M	37

Tutti i membri del C.d.A. sono membri esecutivi, ad eccezione di Domenico Di Carlo

Collegio Sindacale

Di seguito, la composizione del **Collegio Sindacale** di **OH S.p.A.** al 31 dicembre 2024:

CARICA/RUOLO	NOME E COGNOME	in carica dal	GENERE	ETÀ al 31/12/2024
PRESIDENTE	ANTONIO LISANTI	21/01/2004	M	79
COMPONENTE	NICOLA BERARDI	11/05/2022	M	52
COMPONENTE	TIZIANA DE BONIS	dal 24/11/2003 al 21/01/2004 e dal 11/05/2022 ad oggi	F	55

Società di revisione: Deloitte & Touche S.p.A.

1.8.2 Un modello di governance diffusa della sostenibilità

Attualmente, le attività legate alla sostenibilità sono coordinate dagli **amministratori delegati** attraverso un team di collaboratori interfunzionale. In considerazione dell'efficacia del processo rispetto alle esigenze correnti, si potrà provvedere alla formalizzazione di un gruppo di lavoro incaricato delle attività di governance per la sostenibilità.

Per quanto le novità legislative in merito non lo rendessero più necessario[1], il Gruppo ha deciso di avviare **volontariamente un percorso di rendicontazione di sostenibilità**. Un'ulteriore testimonianza della grande importanza della **responsabilità verso l'ambiente e le persone**, e del forte impegno del Gruppo ad analizzare, monitorare e condividere con gli stakeholder i propri progressi, in un'ottica di **miglioramento continuo**.

Un approccio che permetterà di monitorare efficacemente i **KPI** e di fissare **obiettivi strategici** a medio e lungo termine, orientando le pratiche aziendali verso **una gestione sempre più efficace** delle sfide ambientali e sociali.

1.9 Il processo di rendicontazione

1.9.1 Il nostro percorso di sostenibilità

Riconoscendo l'importanza dell'**impegno verso la sostenibilità** e guardando al prossimo **obbligo normativo** di pubblicare un Bilancio di Sostenibilità redatto in conformità agli standard ESRS – a partire dal 2027 – il Gruppo ha deciso di avviare il processo di **rendicontazione volontaria**, pubblicando il **primo Bilancio di Sostenibilità**, relativo all'anno **2024** (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024).

Il Bilancio rendiconta le informazioni relative a Orizzonti Holding S.p.A. e le sue controllate GDA S.p.A., Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A.

Con l'affiancamento metodologico di **ALTIS Advisory spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore**, nel corso del 2024 è stata portata avanti una valutazione di **doppia materialità**. Questo tipo di analisi di materialità è detta "doppia" in quanto consente di identificare una mappa strutturata sia dei **principali impatti generati** dall'impresa verso l'esterno (approccio *inside-out*), sia delle influenze esercitate da fattori esterni – ambientali, economici e sociali – sulle attività aziendali (approccio *outside-in*), anche in ottica di gestione dei rischi e delle opportunità.

La **selezione delle tematiche materiali** oggetto di rendicontazione è il risultato di un processo partecipativo, che ha coinvolto **stakeholder interni**, tra o quali la **Direzione** e la **proprietà aziendale**, insieme ai **principali responsabili delle varie funzioni** (Amministrativo, Risorse Umane, Commerciale, Marketing, ecc.) e anche **attori esterni**, come **banche**, **università**, **associazioni territoriali** con le quali collaboriamo e **fornitori**.

[1] Nel 2024, molte aziende si preparavano ad adempiere agli obblighi di rendicontazione della sostenibilità previsti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) a partire dal 2025. Tuttavia, con l'introduzione del pacchetto legislativo Omnibus nel febbraio 2025, la Commissione Europea ha deciso di posticipare l'obbligo per le imprese di grandi dimensioni. La cosiddetta "Stop-the-Clock Directive", infatti, ha rinviato l'applicazione della CSRD per le aziende che sarebbero state obbligate a rendicontare sulla sostenibilità a partire dal 2025, fissando la nuova scadenza al 2027, con la pubblicazione della prima Relazione di Sostenibilità in conformità con gli ESRS standard nel 2028.

Il coinvolgimento degli **interlocutori esterni** è stato cruciale per verificare se i temi di sostenibilità identificati come prioritari rispecchiassero realmente **le esigenze degli stakeholder**, mantenendo un **dialogo aperto** e pronto a possibili azioni di miglioramento. L'impegno del Gruppo è infatti orientato a considerare gli interessi di tutti gli stakeholder, **integrandoli nelle decisioni strategiche** dell'azienda, con l'obiettivo di ottimizzare continuamente le operazioni e **promuovere una crescita responsabile**.

1.9.2 Il processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità

Il processo si è articolato in **6 fasi**:

1. **Analisi del contesto esterno** per individuare le sfide di sostenibilità rilevanti per il nostro business;

2. **Identificazione di una lista preliminare di impatti, rischi e opportunità (IRO) legati alle attività aziendali**;

3. **Valutazione della rilevanza degli impatti:** come definito dagli standard, sono stati coinvolti gli stakeholder interni nel processo di materialità degli impatti, per individuare, tra tutti i temi di sostenibilità, quelli sui quali il Gruppo genera un impatto rilevante. Con la logica di impostare un processo non autoreferenziale, in linea con le richieste degli standard, sono stati coinvolti anche gli attori chiave che interagiscono con il business del Gruppo, identificandoli in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, dagli impatti e dalle performance aziendali;

4. **Analisi della rilevanza finanziaria**, per questo primo esercizio, la valutazione della rilevanza finanziaria è stata sottoposta alla funzione amministrativa e alla Direzione, con l'obiettivo di definire anche i rischi e le opportunità di sostenibilità che il Gruppo subisce o potrebbe subire con maggior probabilità;

5. **Aggregazione dei risultati,** considerando rilevanti ai fini dell'analisi solo gli impatti che hanno superato il valore soglia;

6. **Validazione degli IRO ad opera del C.d.A**.

Di seguito l'elenco degli impatti, dei rischi e delle opportunità connessi alle dimensioni di sostenibilità emersi come rilevanti dal **processo di materialità** per il Bilancio di Sostenibilità 2024:

E1 Cambiamento climatico – Cambiamento climatico ed emissioni

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Generazione di emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Generazione di emissioni di gas serra lungo la catena di valore (Scope 3)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato al grado di dipendenza da combustile fossile e quindi alla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano, impiegati nello svolgimento dell'attività dell'organizzazione (es. aumento dei costi legati all'aumento dei costi energetici, riduzione dei costi grazie ad un'autonomia energetica)	GDA/Di Carlo
Impatto economico legato al livello di preparazione nella gestione di rischi relativi ad eventi climatici estremi o altre calamità naturali che possono interessare il normale svolgimento dell'attività dell'organizzazione (eventuali danni alle infrastrutture aziendali, interruzioni nella catena del valore o costi di ripristino e adattamento)	GDA/Di Carlo/Sinerfin

E5 Uso delle risorse ed economia circolare – Gestione delle risorse e dei rifiuti alimentari e non alimentari

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato dall'organizzazione attraverso la **gestione delle proprie eccedenze alimentari** (es. negativo: spreco alimentare; es. positivo: prevenzione dello spreco grazie ad attività di economia circolare, come donazione di beni)	GDA
Impatto generato dall'organizzazione attraverso la **gestione delle proprie eccedenze non alimentari** (es. negativo: incenerimento, discarica, bassa % di recupero; es. positivo: prevenzione dello spreco grazie ad attività di economia circolare, come riciclo e riutilizzo, raccolta differenziata)	GDA/Di Carlo
Impatto generato dall'organizzazione sul **consumo di materie prime** grazie all'**eco-progettazione** dei prodotti/degli imballaggi (es. utilizzo di **packaging facilmente riciclabile o monomateriale**)	GDA/Di Carlo
Impatto generato dall'organizzazione attraverso la **gestione delle proprie eccedenze non alimentari lungo la catena del valore**	GDA/Di Carlo
Impatto economico derivante da un approccio "zero waste to landfill" volto al recupero dei materiali e alla diminuzione di rifiuti (es. riduzione dei costi dovuti a processi di dematerializzazione dei volantini, etichette ecc)	GDA
Impatto economico generato dalla gestione di prodotti alimentari altrimenti destinati a rifiuto	GDA
Impatto economico generato dall'impegno dell'organizzazione rispetto all'uso di materiale riciclato all'interno del **packaging** di prodotto a Marchio del Distributore	GDA/Di Carlo

S1 Forza lavoro propria – Benessere dei lavoratori

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto sul livello di **aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti** generato grazie alla capacità/incapacità dell'organizzazione di adottare piani di sviluppo e formazione aziendali	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **benessere di dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di garantire **un'occupazione stabile (es. contratti a tempo indeterminato)**	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **benessere di dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di garantire un **dialogo trasparente e proficuo** tra dipendenti e organizzazione (meccanismi di reclamo, monitoraggio e risoluzione delle problematiche, etc.)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **benessere di dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di garantire un **salario adeguato** alla luce delle condizioni economiche e sociali nazionali	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **benessere dei propri dipendenti** generato dalla capacità/incapacità di garantire – oltre quanto previsto dalla legge – il diritto di riservatezza dei propri dipendenti (es. diritto alla **privacy**, dati sensibili dei dipendenti, etc.)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **benessere di dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di garantire **l'equilibrio tra vita professionale e privata** ai propri dipendenti (es. orario di lavoro flessibile)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato alla capacità/incapacità dell'organizzazione di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata garantendo un buon livello di soddisfazione ai propri	GDA/Di Carlo/Sinerfin

dipendenti (piani di sviluppo e formazione, conciliazione famiglia-lavoro, salario adeguato, etc.)	
Impatto economico legato al livello di aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti	GDA/Di Carlo/Sinerfin

S1 Forza lavoro propria – Inclusione e diversità dei lavoratori

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato **sull'occupazione femminile, giovanile e di persone con disabilità**	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di benessere di dipendenti generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di **diffondere una cultura inclusiva** che consideri la diversità e la non discriminazione dei valori da promuovere	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di benessere dei dipendenti generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di **garantire una parità di trattamento dei dipendenti indipendentemente da genere, età, etnia, religione e ogni altra forma di diversità** (es. parità del rapporto retributivo tra uomo e donna)	GDA/Di Carlo/Sinerfin

S1 Forza lavoro propria – Salute e sicurezza dei lavoratori

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato sulla **diffusione di una cultura della salute oltre al contesto lavorativo**	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sullo stato di **salute dei dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di **prevenire infortuni e malattie** connesse alla tipologia di lavoro svolto	GDA/Di Carlo/Sinerfin

Impatto sullo **stato psico-fisico dei dipendenti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di prevenire **molestie sul posto di lavoro** (es. violenza verbale, violenza fisica, stalking, mobbing, etc.)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico relativo alle modalità di gestione degli infortuni e delle malattie connesse al lavoro (es. costi legati all'aumento del tasso di assenteismo e, quindi, di sostituzione del personale)	GDA/Di Carlo/Sinerfin

S3 Comunità interessate – Tutela della comunità locale

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto sul contributo allo **sviluppo della comunità locale** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di adottare attività e **iniziative di carattere solidale** (es. volontariato aziendale, organizzazione di eventi e sponsorizzazioni, donazioni economiche e in beni)	GDA/Di Carlo
Impatto sulla **conservazione e valorizzazione della tradizione locale** generato dalle pratiche di commercializzazione adottate dall'organizzazione sui temi delle **eccellenze territoriali**	GDA/Di Carlo
Impatto sullo **sviluppo economico delle aree locali** in cui l'organizzazione opera, generato attraverso le **politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio** (in particolare per ruoli direzionali/di management)	GDA/Di Carlo

S4 Consumatori ed utilizzatori finali -Attenzione al benessere del cliente

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto sullo stato di **salute dei clienti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di prevenire malattie e/o altri infortuni connessi alla **sicurezza dei prodotti / servizi commercializzati** (es. sicurezza organolettica dei prodotti, dispositivi di sicurezza per bambini etc.)	GDA/Di Carlo
Impatto sul livello di **inclusione per alcune categorie di consumatori**, generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di erogare **prodotti e servizi ad hoc** (es. spesa a domicilio, sconti per giovani o anziani, collaborazione progettazione di servizi ad hoc, etc.)	GDA
Impatto sul livello di **fidelizzazione del cliente**, generato dalle pratiche di coinvolgimento aziendali, come il **dialogo** trasparente, i meccanismi di reclamo, il monitoraggio e la risoluzione delle problematiche	GDA/Di Carlo
Impatto sullo stato di **salute dei clienti** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di prevenire **infortuni o altri eventi durante la permanenza** del consumatore all'interno dell'azienda (es. punto vendita)	GDA
Impatto economico legato alle modalità di gestione delle condizioni di salute e sicurezza del prodotto (es. scarsa sicurezza organolettica dei prodotti a Marchio, mancanza dispositivi di sicurezza per bambini etc.)	GDA/Di Carlo
Impatto economico legato al livello di trasparenza nella comunicazione di prodotto e di processo dei propri beni (es. danno economico per episodi di green washing, beneficio reputazionale legato ad una piena tracciabilità di filiera)	GDA/Di Carlo

S4 Consumatori ed utilizzatori finali - Sensibilizzazione e comunicazione trasparente al cliente

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato dall'organizzazione sulla capacità/incapacità di creare una **platea di consumatori informati e sensibili** rispetto alle tematiche della corretta e sana alimentazione (es. campagne di sensibilizzazione e informazione dei consumatori)	GDA/Di Carlo
Impatto generato dall'organizzazione sulla capacità/incapacità di **rispettare i diritti dei consumatori** attraverso lo svolgimento delle attività di produzione e commercializzazione dei prodotti lungo l'intera catena del valore (es. **episodi di violazione della privacy, episodi di pubblicità ingannevole al consumatore**)	GDA/Di Carlo
Impatto sul livello di **fidelizzazione dei clienti**, generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di garantire una **comunicazione trasparente** con i propri clienti, che li aiuti a fare delle scelte di acquisto consapevoli, accedendo a informazioni complete per i prodotti/servizi commercializzati (es. sistemi di blockchain e sistemi di **tracciabilità di filiera**)	GDA/Di Carlo
Impatto economico legato alle modalità di gestione della privacy del cliente, e in generale dei diritti del consumatore	GDA
Impatto economico legato al livello di trasparenza nella comunicazione di prodotto e di processo dei propri beni (es. danno economico per episodi di green washing, beneficio reputazionale legato ad una piena tracciabilità di filiera)	GDA/Di Carlo

G1 condotta delle imprese – Etica e cultura di impresa

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato sul **benessere animale** dovuto alla capacità/incapacità dell'organizzazione di **prevenire pratiche di allevamento intensive** e non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti alimentari	GDA
Impatto sul livello di **benessere dei dipendenti**, generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di diffondere una **cultura di impresa sana** all'interno dell'organizzazione (es. di collaborazione, di coesione, di correttezza professionale, etc.)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sulla **tutela e protezione degli informatori**, ovvero coloro che segnalano o divulgano informazioni concernenti atti illeciti avvenuti	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato alle condizioni di allevamento degli animali coinvolti nel processo di produzione dei prodotti a Marchio del Distributore (es. riduzione del fatturato in seguito ad un danno reputazionale per il mancato rispetto del benessere animale che comporta la perdita di clienti sensibili al tema)	GDA
Impatto economico legato alla capacità/incapacità dell'organizzazione di attrarre o fidelizzare i propri dipendenti garantendo una cultura di impresa sana all'interno dell'organizzazione (es. azienda attrattiva per una forte etica professionale, azienda con un alto tasso di turnover per un clima poco coeso, etc.)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato alle modalità di gestione del rischio di corruzione aziendale	GDA/Di Carlo/Sinerfin

G1 condotta delle imprese – Gestione del rapporto con i fornitori

DESCRIZIONE	SOCIETÀ CHE GENERA/SUBISCE L'IRO
Impatto generato sulla **distribuzione del valore generato verso fornitori locali** dei propri prodotti / servizi commercializzati	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sul livello di **sensibilizzazione dei fornitori** dei prodotti / servizi erogati generato grazie alla capacità/incapacità dell'organizzazione di adottare **politiche di approvvigionamento sostenibili** (valutazione sociale e ambientale dei fornitori)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto sulle **condizioni economiche dei fornitori lungo la catena del valore** generato dalla capacità/incapacità dell'organizzazione di **prevenire pratiche commerciali sleali** da parte dell'organizzazione e/o all'adozione di condizioni contrattuali penalizzanti (es. tempistiche di pagamento, prezzi di listino, abuso di potere)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato al grado di osservanza delle leggi di carattere ambientale e sociale da parte dei fornitori dell'organizzazione (es. riduzione dei flussi di cassa a seguito di un danno reputazionale per l'inosservanza di leggi specifiche)	GDA/Di Carlo/Sinerfin
Impatto economico legato alla scelta di avere catene di approvvigionamento fuori dai confini nazionali (es. congestione/blocco navale, aumento dei dazi doganali, sanzioni internazionali e non, embarghi, etc.)	GDA/Di Carlo
Impatto economico legato al livello di reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce per i propri prodotti	GDA/Di Carlo/Sinerfin

1.9.3 Informativa in relazione a circostanze specifiche

Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili. Qualsiasi modifica rispetto all'anno 2023, viene sempre indicata con una nota puntuale, spiegando le motivazioni a supporto della metrica sostitutiva e del modo in cui quest'ultima fornisca informazioni più utili e specifiche ai lettori.

Il documento è disponibile sul sito aziendale https://www.orizzontiholding.it/ da cui può essere consultato e scaricato.

Per qualsiasi informazione relativa al presente Bilancio è possibile scrivere alla mail dedicata: sostenibilita@ohspa.it

2. TEMI AMBIENTALI

2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni

2.1.1 L'impegno ambientale del Gruppo

Consapevole che le attività possono generare **un impatto significativo sull'ambiente**, il Gruppo ha dato vita a un percorso che focalizza l'attenzione su **scelte e azioni concrete**.

Un percorso che vede la sostenibilità come una responsabilità da mettere in pratica **giorno dopo giorno**, adottando pratiche che contribuiscono a ridurre l'impatto ambientale. Anche l'azione più semplice diventa così parte integrante di **un processo di miglioramento continuo**, orientato verso un modello di gestione più responsabile.

Al centro di questo impegno si pone **la società GDA S.p.A.**, attiva nel settore della distribuzione e che, per natura energivora delle attività, presenta i maggiori **consumi energetici ed emissioni**, e quindi, **maggiori impatti**. È qui che sono già stati compiuti i principali primi passi: dalla ricerca dell'**efficientamento energetico** dei punti vendita, ad interventi su **impianti di refrigerazione a minor impatto ambientale,** all'installazione di **impianti fotovoltaici a favore dell'energia rinnovabile**, fino alla promozione di **operazioni aziendali a ridotto impatto ambientale**.

Verso una maggiore efficienza energetica

Soprattutto per **le realtà più operative** del Gruppo, come GDA S.p.A., **utilizzare l'energia in modo più efficiente** è una delle leve principali per ridurre l'impatto ambientale delle attività. Ciò si traduce in un insieme di **azioni mirate** che ottimizzano i consumi, migliorando le prestazioni energetiche delle attività del Gruppo.

Una speciale attenzione viene dedicata alla **diagnosi energetica:** in conformità alla normativa, ogni quattro anni il Gruppo ne conduce una sulle sedi e nei sei punti vendita più rappresentativi. L'obiettivo è individuare **aree di miglioramento** e adottare **soluzioni innovative** che migliorino la performance energetica di tutto il Gruppo. Lo dimostra l'ultima diagnosi sulla rete dei punti vendita GDA S.p.A., effettuata nel 2023: l'analisi ha portato a implementare soluzioni che hanno ottimizzato **i sistemi di illuminazione**, automatizzato **gli impianti di ventilazione** e **introdotto caldaie di nuova generazione ad alta efficienza energetica** nei sei punti vendita considerati.

Illuminazione intelligente

Nell'ambito dell'efficientamento energetico, nel 2024 una delle azioni di maggiore rilievo è stata l'introduzione nei punti vendita e nei principali uffici **di sistemi di illuminazione intelligenti**.

L'illuminazione rappresenta una voce significativa nei fabbisogni di energia di questi ambienti: se gestita in maniera innovativa, può generare **notevoli riduzioni nei consumi**, con benefici tangibili in termini **sia economici sia ambientali**.

Un primo intervento ha infatti riguardato **la palazzina uffici di Polla** (Salerno), dove sono stati installati **100 corpi illuminanti ad alta efficienza**. Grazie alla presenza di sistemi di modulazione della tensione in ingresso, anche la tecnologia preesistente presentava già buone performance energetiche, che le nuove soluzioni di ultima generazione hanno consentito di **migliorare ulteriormente**. In dettaglio, questa azione ha consentito di **ridurre i consumi di 2.726 kWh/anno**, con un impatto diretto e misurabile sulle emissioni pari a **circa 1,18 tonnellate di CO_2 evitate**. Per consolidare questi risultati, a partire dal 2025 il Gruppo prevede di sostituire **altri 350 corpi illuminanti**, permettendo a GDA S.p.A. di raggiungere **un risparmio complessivo stimato in 12.876 kWh/anno**.

In parallelo, nei punti vendita GDA S.p.A. sono stati realizzati anche **interventi mirati**, calibrati sulle specifiche esigenze di ciascuno di essi. Nel Cash&Carry Talento di **Ceccano** (Frosinone), per esempio, è stato modernizzato l'impianto di illuminazione **nell'area banchi frigoriferi**: l'intervento ha portato a una **riduzione dei consumi elettrici del 52,25%.** Risultati ancora più significativi sono stati raggiunti in un altro punto vendita a insegna Talento, a **Lamezia Terme** (Catanzaro), dove la sostituzione di **60 corpi illuminanti** ha consentito un **risparmio del 68%.** A **Grottaminarda** (Avellino), l'azione ha riguardato invece un punto vendita a insegna IperFutura, dove è stata ottenuta una **riduzione ancora più marcata, pari al 70%** nei consumi, grazie alla **sostituzione di ben 343 corpi illuminanti**.

Oltre alle aree di vendita, in alcuni negozi le azioni hanno riguardato anche **i locali riservati al personale**, con l'installazione di **sensori di movimento** programmati per attivare le luci solo in caso di effettiva presenza. In particolare, i sensori sono stati installati nelle aree tecniche dei punti vendita Talento di **Ceccano (Frosinone) e Termoli (Campobasso)**. Diverse tipologie di intervento, una stessa logica: ridurre gli sprechi, introdurre tecnologie innovative e rendere più efficiente il funzionamento quotidiano delle infrastrutture del Gruppo.

Gli interventi sugli impianti di refrigerazione

In un ambiente commerciale, una delle aree che presentano i consumi energetici più intensi, e quindi maggiore impatto ambientale, è rappresentata anche dai **banchi frigo**. Per questo il Gruppo ha attuato **interventi significativi sugli impianti di refrigerazione** dei punti vendita GDA S.p.A.: i banchi frigoriferi sono stati sostituiti orientandosi verso **soluzioni tecnologiche di nuova generazione**, che combinano efficienza, riduzione delle emissioni e migliore conservazione dei prodotti.

In particolare, nei due punti vendita a insegna Qui Discount di **Sala Consilina e Atena Lucana** (entrambe in provincia di Salerno) e nei due a insegna Talento di **Sora (Frosinone) e Avellino**, i banchi frigo preesistenti sono stati sostituiti con modelli dotati di **pannelli di chiusura** e di sistemi di refrigerazione che utilizzano **gas refrigeranti con un minore GWP** (*Global Warming Potential*). Nel dettaglio tecnico, il gas R-404 (a maggior potenziale) è stato sostituito **dall'R-448**, ottenendo **una notevole riduzione dell'impatto climatico** rispetto alle soluzioni tradizionali.

Un approccio che coniuga la **riduzione dei consumi energetici**, grazie a una più limitata dispersione del freddo.

Interventi simili sono stati effettuati anche nel punto vendita Pick Up di **Salerno, in via Gelso**, e in due Qui Discount a **Potenza e Avigliano (Potenza)**. In questi store i precedenti banchi gastronomia sono stati sostituiti con modelli di nuova generazione, dotati di **sportelli con chiusura**. Questo ha consentito di ridurre in modo significativo la dispersione di freddo, **migliorando l'efficienza energetica** e garantendo al tempo stesso **maggiore comfort e sicurezza alimentare** per i clienti.

Un esempio particolarmente significativo è rappresentato dal punto vendita Pick Up di **Salerno, in via Sciaraffia**. Qui l'intervento di efficientamento ha comportato la sostituzione completa delle attrezzature tecnologiche: **nove vetrine frigo, tre celle frigorifere**, un impianto centrale di raffreddamento a temperatura controllata e un sistema di monitoraggio e telecontrollo di ultima generazione, per un investimento complessivo che ha superato i **110 mila euro**. I nuovi sistemi permettono di **controllare e regolare in tempo reale le prestazioni dell'impianto**, assicurando una gestione più precisa e un'ulteriore riduzione dei consumi.

BOX: Un impegno che passa dai gas di refrigerazione

Nei punti vendita di Salerno, Potenza e Avigliano (Potenza), l'adozione di nuovi sistemi di refrigerazione ha reso possibile anche la sostituzione dei gas refrigeranti tradizionali con alternative a **minor impatto ambientale.**

Nei sistemi di refrigerazione tradizionali i gas utilizzati sono i gas fluorurati (F-gas): sostanze che, pur garantendo elevate prestazioni, hanno un impatto atmosferico molto alto. Il loro effetto climalterante deriva dalla capacità di assorbire e trattenere il calore in atmosfera molto più della CO_2. A parità di quantità, un F-gas può contribuire al riscaldamento globale anche migliaia di volte in più. La loro lunga persistenza in atmosfera li rende ancora più dannosi, perché continuano ad agire per decenni e amplificano gli effetti negativi sul clima.

Per ridurre questo impatto si rende necessario il passaggio ad alternative più sostenibili. Tra queste ci sono l'ammoniaca (NH_3), gli idrocarburi (HC) e soprattutto l'anidride carbonica (CO_2). Con un GWP[2] pari a uno, CO_2 rappresenta una soluzione molto meno impattante e più sicura dal punto di vista ambientale.

L'impegno verso un'energia pulita e rinnovabile

466.240 KWh di energia rinnovabile autoprodotta nel 2024

Un ulteriore passo nel percorso del Gruppo è costituito dagli investimenti realizzati tra il 2022 e il 2023 per favorire l'utilizzo delle **energie rinnovabili**. Nel dettaglio, è stata pianificata l'installazione di **pannelli fotovoltaici** nei punti vendita GDA S.p.A.: una scelta che coniuga **sostenibilità ambientale e autonomia energetica**. L'obiettivo è ridurre in modo significativo il fabbisogno di energia da fonti tradizionali, sostituendola con la **produzione diretta di energia rinnovabile**.

A seguito degli investimenti del biennio precedente, a gennaio 2024 è entrato in funzione il **primo impianto fotovoltaico** presso il punto vendita a insegna Talento di **Potenza, in viale del Basento**. L'intervento ha previsto l'installazione di **312 pannelli fotovoltaici** L'impianto è in grado di produrre **circa 150 mila KWh l'anno di energia pulita**.

Il 23 settembre dello stesso anno, il progetto si è ampliato con l'attivazione di un secondo impianto di dimensioni ben più significative presso il **Centro di Distribuzione di Polla (Salerno)**, in Contrada Sant'Antuono. Qui sono stati installati **4.238 pannelli fotovoltaici**, per una capacità annua stimata in **2.340.000 kWh**.

[2] Il Global Warming Potential (GWP) è l'indicatore che misura l'impatto di una sostanza sull'effetto serra, in proporzione alla CO_2, considerata come valore di riferimento (GWP = 1) in quanto presenta l'impatto più basso. Esso indica la capacità di un gas, rispetto all'anidride carbonica, di trattenere il calore nell'atmosfera in un arco temporale di 20 o 100 anni.

Grazie all'attivazione di questi primi due impianti, già nei soli sei mesi di operatività dell'impianto nel 2024 GDA S.p.A. ha generato nel complesso **466.240 kWh di energia rinnovabile**: **89.813 kWh** dall'impianto di Potenza e **376.427 kWh** dall'impianto di Polla. Con gli impianti operativi nel corso di tutto l'anno, la previsione per il 2025 è quindi di **una maggiore produzione di energia rinnovabile**.

Operazioni aziendali a minor impatto ambientale

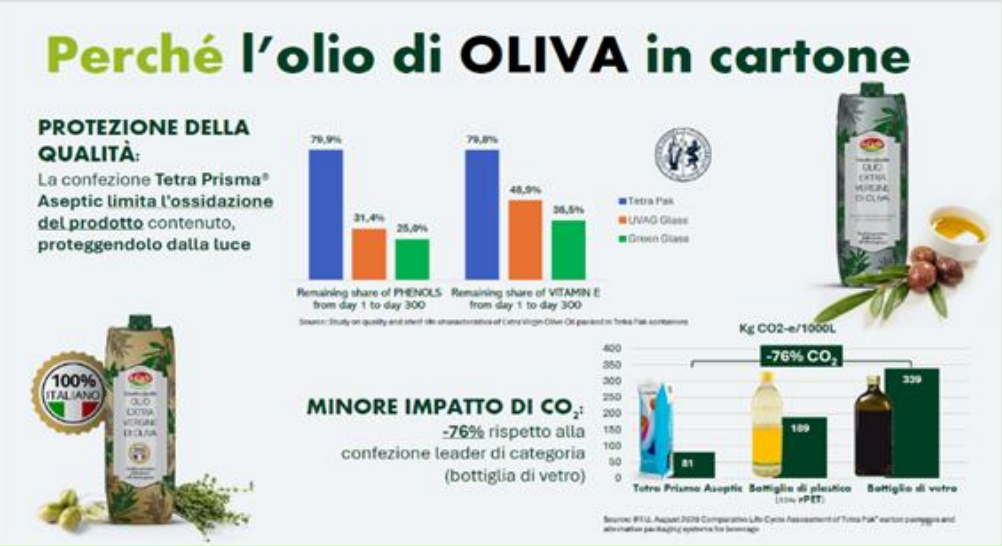
Un altro ambito in cui il Gruppo ha perseguito il proprio impegno ambientale è la **movimentazione interna delle merci**. Ad oggi, in tutti i magazzini della rete GDA S.p.A., vengono infatti utilizzati solo **carrelli elevatori alimentati a batteria**: una scelta che permette di **eliminare le emissioni dirette di gas serra** che deriverebbero dall'uso di mezzi tradizionali.

Un intervento **in sinergia** con la recente installazione di impianti fotovoltaici: infatti, non solo vengono utilizzati carrelli elettrici con batterie più efficienti, ma i relativi **sistemi di ricarica** possono anche essere alimentati con **energia rinnovabile autoprodotta**, ottenendo un **duplice effetto** sui consumi e sull'ambiente. Già in questa prima fase di sviluppo questo intervento si delinea quindi come un fattore che contribuirà in maniera significativa al percorso complessivo del Gruppo verso la **riduzione delle emissioni legate alle attività aziendali**.

BOX: Il minor impatto ambientale passa anche dal packaging: l'esempio Di Carlo S.r.l.

L'impegno verso la riduzione dell'impatto ambientale va oltre l'ambito energetico per ampliarsi ad altri aspetti altrettanto rilevanti, come il packaging.

È il caso di Di Carlo S.r.l., l'azienda del Gruppo focalizzata sulla commercializzazione di oli, che ha adottato la decisione di confezionare l'olio in cartone.



Non solo una scelta altamente innovativa, ma anche un'azione che incide direttamente sulle emissioni legate al prodotto. Rispetto al vetro o alla plastica, il cartone garantisce vantaggi ambientali in diverse fasi del suo ciclo di vita. Già in fase di produzione richiede meno materie prime ed energia, mentre durante il trasporto la **leggerezza del materiale** permette di ridurre in modo drastico il numero di camion necessari: un solo carico di pacchetti da un litro in cartone equivale a 32 camion con bottiglie di vetro da 0,75 litri.

Anche nella conservazione questa scelta offre benefici: protegge meglio il contenuto e ne preserva la qualità più a lungo. Il risultato è un impatto sensibilmente inferiore: fino al **76% di emissioni di CO_2** in meno per l'olio d'oliva in cartone rispetto alla tradizionale confezioni in vetro e fino al **57% di emissioni di CO_2** in meno per l'olio di semi in cartone rispetto alle confezioni tradizionali in plastica. Una scelta di packaging che diventa una leva per la sostenibilità di prodotto.

Logistica sostenibile: un altro passo verso un minore impatto

A integrare le azioni a minor impatto ambientale, un altro importante ambito di intervento è rappresentato dalla **logistica**. Qui la scelta di **fornitori locali**, l'uso di **veicoli a basso impatto ambientale** e **l'ottimizzazione dei percorsi con strumenti digitali** permettono di ridurre i consumi di carburante, limitare le emissioni di CO_2 e, al contempo, sostenere l'economia del territorio.

Con l'obiettivo di coniugare la sostenibilità ambientale con **un servizio ancora più efficiente**, il Gruppo ha quindi avviato **un dialogo costante** con i principali fornitori di trasporto, volto a incentivare l'aggiornamento del parco veicoli alle **normative Euro 6**. Il percorso ha previsto **analisi sulle flotte esistenti,** per individuare le aree in cui intervenire e le opportunità di aggiornamento tecnologico, e **incontri con i trasportatori** per discutere altre soluzioni concrete e illustrare i vantaggi legati all'adozione di mezzi più efficienti. Grazie a queste attività, oggi GDA S.p.A. può contare su una conoscenza dettagliata sulla **composizione del parco veicoli** dei fornitori. Su un totale di 85 mezzi, **l'82%** appartiene a una classe ambientale **pari o superiore a Euro 5**, mentre **il 49%** rientra nella classe **Euro 6**, la più efficiente nella riduzione delle emissioni inquinanti.

Per un'ancora maggiore riduzione delle **percorrenze non necessarie**, sono stati mappati i **flussi di trasporto** e individuate le tratte con **viaggi a vuoto**. Come risultato, l'azienda è stata in grado di stipulare con i fornitori accordi che hanno consentito di **ottimizzare la gestione delle attività di logistica.**

Con particolare riferimento a due principali fornitori, che da soli rappresentano **circa il 60% di tutti i trasporti**. L'utilizzo di questo sistema, detto **TMS (Transport Management System)**, ha permesso di migliorare **tra il 10 e il 20%** il livello di occupazione dei camion. In questo modo sono stati **drasticamente ridotti i viaggi inutili** e, di conseguenza, le emissioni e i costi legati al carburante. Un intervento che ha consentito di ridurre in misura particolarmente significativa i viaggi a vuoto è stato la combinazione di **merci secche e fresche** nello stesso trasporto: nel corso dell'anno, su circa 5.450 tratte complessive, **il 32%** è stato effettuato con questa modalità.

Grazie a queste strategie, è stato possibile un **risparmio di circa 108 mila litri di carburante**, equivalenti a **271,1 tonnellate di CO_2** non emesse in atmosfera.

2.1.2 Consumi energetici ed emissioni

Il **monitoraggio dei consumi energetici** è un passaggio fondamentale per valutare con precisione le performance in termini di **impatto ambientale**. Solo un'analisi accurata dei dati permette di individuare le aree di miglioramento, pianificare interventi mirati e misurare i benefici ottenuti, sia in termini di risparmio energetico sia di riduzione delle emissioni di CO_2. Ecco perché il monitoraggio è uno strumento indispensabile che guida le scelte del Gruppo.

In questo quadro di attenzione ai dati, nel 2024 i consumi energetici complessivi del Gruppo risultano pari a **23.418,42 MWh**. Con consumi pari a **22.659,15 MWh**, l'**energia elettrica** rappresenta la quasi totalità, con una quota del **96,76%**. Seguono i consumi del **parco auto aziendale** con **708,99 MWh (3,03%)**. Residuali i consumi dei **gruppi elettrogeni**, pari allo **0,14%**, e quelli per il **riscaldamento**, pari a **17,47 MWh**, lo **0,07%** del totale.

La grande prevalenza dei consumi elettrici riflette il fabbisogno associato allo svolgimento delle **attività ordinarie** del Gruppo, dalle funzioni d'ufficio alle attività operative. La parte principale riguarda GDA S.p.A.: in linea con il forte carattere operativo delle sue attività, questa società rappresenta ben **il 98,09%** dei consumi elettrici totali. Qui le attività quotidiane sono quelle **tipiche della Grande Distribuzione Organizzata**: illuminazione dei reparti, climatizzazione degli ambienti e refrigerazione della merce. A questi consumi si sommano quelli della capogruppo OH S.p.A., pari a **282,28 MWh (1,24%)** per le attività d'ufficio, e quelli di **Di Carlo S.r.l.**, imputabili alle attività di confezionamento dell'olio, pari allo **0,67%**

Nel 2024, l'energia elettrica consumata dal Gruppo proviene ancora quasi interamente da fonti fossili, pari al **97,94%**. quota destinata a ridursi a seguito degli investimenti in impianti fotovoltaici che, nei prossimi anni porteranno a un crescente incremento della quota di energia derivante da **fonti rinnovabili**, attualmente pari al **2,06%**. Nel 2024, gli **impianti fotovoltaici** di GDA S.p.A. hanno infatti generato e consumato **466,24 MWh di energia pulita**. Una produzione che ha coperto il **2,28%** del fabbisogno energetico annuale della società.

La parte rimanente di energia, pari a **32,82 MWh**, è costituita da energia elettrica non rinnovabile, in particolare da energia autoprodotta tramite generatori di elettricità. Di questa, **30,29 MWh** sono stati utilizzati per garantire la **continuità operativa** dei punti vendita GDA S.p.A. in caso di interruzioni di corrente. I restanti **2,52 MWh** sono stati invece impiegati da Di Carlo S.r.l. per **mantenere la corretta temperatura dell'olio** durante le attività di confezionamento nei mesi invernali. Oltre all'energia elettrica, il Gruppo registra anche i consumi legati al **parco auto aziendale**, pari a **708,99 MWh**, che corrispondono all'**energia termica** necessaria ad alimentare i veicoli. Anche in questo caso la quota principale riguarda GDA S.p.A., con **530,14 MWh**, legati alla natura commerciale della società e a un parco auto più ampio. Seguono la capogruppo OH S.p.A., che, con sette auto, registra consumi pari a **168,20 MWh**, e la società Di Carlo S.r.l., con un solo veicolo per un consumo di **10,65 MWh.** A completare il quadro dei consumi energetici del Gruppo si registrano quelli legati al riscaldamento, categoria residuale che incide sul totale dei consumi per **appena lo 0,07%**.

		u.m.	Gruppo	OH	GDA	Di Carlo
ENERGIA ELETTRICA	Energia elettrica acquistata e consumata (priva di garanzia di origine)	MWh	22.192,91	282,28	21.761,17	149,45
	Energia elettrica autoprodotta e consumata da impianto fotovoltaico	MWh	466,24	0,00	466,24	0,00
Tot. Energia elettrica consumata		**MWh**	**22.659,15**	**282,28**	**22.227,41**	**149,45**
GRUPPI ELETTROGENI	Gasolio per gruppi elettrogeni	**MWh**	32,82	0,00	30,29	2,52
Tot. Consumi da altre fonti fossili		**MWh**	**32,82**	**0,00**	**30,29**	**2,52**
RISCALDAMENTO	Gas naturale per riscaldamento	MWh	17,47	0,00	17,47	0,00
Tot. Consumi da riscaldamento		**MWh**	**17,47**	**0,00**	**17,47**	**0,00**
PARCO AUTO AZIENDALE	Consumi di carburante diesel	MWh	708,99	168,20	530,14	10,65
Tot. Consumi parco auto aziendale		**MWh**	**708,99**	**168,20**	**530,14**	**10,65**
Tot. Consumi energetici		**MWh**	**23.418,42**	**450,48**	**22.805,32**	**162,62**

Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti alle emissioni di GHG, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

Accanto al monitoraggio dei consumi energetici, nel 2024 il Gruppo ha compiuto un ulteriore passo avanti nel valutare in modo sempre più completo il proprio impatto ambientale: **il calcolo delle emissioni**, uno dei principali indicatori di performance ambientale.

Le emissioni possono avere natura e origini diverse. Nel caso del Gruppo Orizzonti, la quota prevalente è legata ai **consumi energetici**, dal momento che l'energia utilizzata proviene soprattutto da **fonti fossili**. Esistono però anche emissioni generate da **attività operative** che non implicano consumo di energia. Per questo, nel 2024 sono state calcolate le emissioni **Scope 1 e Scope 2** del Gruppo Orizzonti (v. box per la differenza tra i due ambiti).

BOX: Le emissioni Scope 1 e Scope 2 in pillole

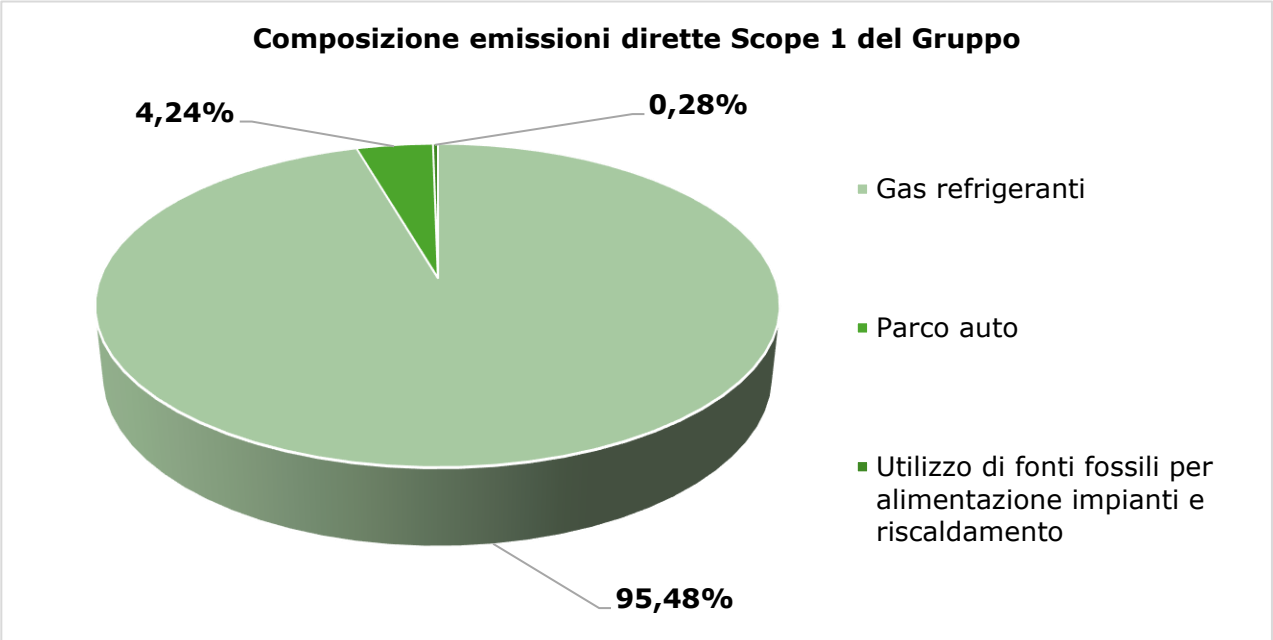
Le emissioni *Scope 1* corrispondono alle emissioni dirette generate dalle attività operative di un'organizzazione. Rientrano in questa categoria il riscaldamento con caldaie a gas, l'utilizzo di veicoli alimentati da combustibili fossili come benzina, gasolio e metano, e l'impiego di gruppi elettrogeni per garantire l'alimentazione dei punti vendita in caso di emergenza. Sono comprese anche le perdite di gas refrigeranti dai sistemi di raffreddamento, come i banchi frigo. Trattandosi di emissioni legate ai consumi diretti, risultano più semplici da monitorare e da gestire. Questo rende possibile ridurre l'impatto ambientale attraverso interventi mirati, come l'adozione di tecnologie più efficienti o l'utilizzo di carburanti alternativi.

Le emissioni *Scope 2* derivano invece dall'acquisto di energia elettrica. Non sono quindi prodotte direttamente dall'azienda, ma corrispondono ai gas serra generati dai fornitori nella fase di produzione dell'elettricità. Pur essendo meno controllabili rispetto alle emissioni dirette, l'organizzazione può comunque ridurle, aumentando la quota di energia autoprodotta da fonti rinnovabili, come ha iniziato a fare il Gruppo. L'installazione di impianti fotovoltaici o l'impiego di altre fonti pulite consente di abbattere progressivamente queste emissioni, fino ad azzerarle nel caso di piena autosufficienza energetica da rinnovabili.

Nel 2024 le emissioni dirette **Scope 1** sono state pari a **4.502,42 tCO_2eq**, legate quasi interamente **(95,48%)** alle **perdite di gas refrigeranti**: ambito a cui, grazie a un attento monitoraggio dei dati, sta appunto dando priorità il Gruppo.

Seguono le emissioni del **parco auto aziendale** con il **4,24%** e, in misura residuale, quelle derivanti dall'uso di fonti fossili per **impianti e riscaldamento**, pari allo **0,28%**.

Ancora una volta, e per le stesse motivazioni, GDA S.p.A. risulta il principale contributore: è qui infatti che risulta indispensabile per le attività di vendita l'impiego costante di **gas refrigeranti** negli impianti frigoriferi. Quando rilasciati in atmosfera, questi gas possono produrre un impatto ambientale diverso a seconda delle loro proprietà chimiche, da cui dipende anche il potenziale di riscaldamento globale.



Per le emissioni indirette **Scope 2** legate all'uso di energia, nel 2024 il Gruppo ha contabilizzato **9.568,25 tonnellate di CO_2eq** con il metodo *Location Based*[3] e **11.109,10 tonnellate di CO_2eq** con il metodo *Market Based*. La differenza dipende dall'approccio utilizzato: il calcolo *Location Based* si basa sul **mix medio** di produzione energetica nazionale, mentre il *Market Based*[4] riflette la composizione specifica dell'energia acquistata dall'azienda (v. box). Anche in questo caso la società con le maggiori emissioni è GDA S.p.A., seguita da OH S.p.A. e da Di Carlo S.r.l., in coerenza con la natura energivora delle loro attività.

[3] Il metodo di calcolo *Location-based* si basa sul mix medio di produzione energetica del Paese: considera quindi la quota di fonti fossili e rinnovabili presenti nella rete nazionale.
[4] Il metodo *Market-based* si basa sulla composizione specifica dell'energia acquistata dall'azienda, le scelte contrattuali con i fornitori. Le emissioni sono, calcolate usando il residual mix, un fattore specifico che riflette l'energia rinnovabile effettivamente utilizzata dall'organizzazione. Se un'azienda sceglie energia 100% rinnovabile, le emissioni Scope 2 Market Based risultano infatti pari a zero.

Grazie all'autoproduzione da fonti rinnovabili degli impianti fotovoltaici di GDA S.p.A., nel 2024 il Gruppo ha evitato **circa 205,71 tonnellate di CO_2eq**. Un risultato significativo nell'ambito delle emissioni legate all'energia utilizzata: un risparmio che non si sarebbe ottenuto se la stessa quota di energia fosse stata acquistata da fonti fossili tradizionali.

	u.m.	Gruppo	OH	GDA	Di Carlo
***SCOPE 1* -** Emissioni dirette	tCO_{2eq}	**4.502,41**	45,26	4.453,60	3,55
***SCOPE 2* -** Emissioni indirette energetiche *Location-based*	tCO_{2eq}	**9.568,25**	121,70	9.382,11	64,43
***SCOPE 2* -** Emissioni indirette energetiche M*arket-based*	tCO_{2eq}	**11.109,10**	141,30	10.892,99	74,81

Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti alle emissioni di GHG, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare

2.2.1 Preservare il valore delle risorse: una priorità per Gruppo Orizzonti

L'uso responsabile delle risorse ambientali rappresenta una delle principali sfide del nostro tempo: una responsabilità che il Gruppo Orizzonti, operando principalmente in un settore sensibile quale la Grande Distribuzione Organizzata, si impegna in modo attivo a **tradurre in iniziative concrete**.

In particolare, **l'elevata intensità dei flussi gestiti** e **l'ampia varietà dei materiali impiegati** stimolano il Gruppo ad adottare **un approccio sempre più orientato all'efficienza,** la riduzione degli sprechi e la continua ottimizzazione dei processi, in grado di **minimizzare l'impatto ambientale delle attività operative**.

Una sfida che riguarda tutti: la lotta allo spreco alimentare in GDA S.p.A.

Uso responsabile delle risorse significa anzitutto **contrastare lo spreco alimentare**, ambito di intervento prioritario nel settore della GDO. Un'attività che si articola in numerose azioni, che partono dal **prevenire la generazione di eccedenze alimentari,** valorizzando al massimo il valore dei prodotti: dal flusso degli ordini, fino alla gestione interna dei punti vendita.

Una prima area d'intervento riguarda la **gestione dell'approvvigionamento e delle giacenze**, dove strumenti come il **riordino automatico** permettono di monitorare con continuità la disponibilità a scaffale e allineare gli ordini al reale fabbisogno e all'effettiva rotazione, evitando l'accumulo di stock invenduti. In modo complementare, il progetto **Tempi e Metodi**, applicato ai reparti del fresco tramite la **metodologia Kanban** (si veda il box "*Il metodo Kanban in breve*"), consente ai responsabili di calibrare ogni giorno le preparazioni sulla base dei dati di vendita, migliorando l'allineamento tra offerta e domanda effettiva.

BOX: Il metodo Kanban in breve

Nato in Giappone negli anni '40 con l'obiettivo di **migliorare l'efficienza della produzione** nel contesto manufatturiero – e oggi applicato in molti ambiti aziendali, il Kanban è una metodologia di gestione del lavoro basata sulla **suddivisione di ogni attività in tre semplici fasi**: *Da fare – In corso – Completato*. Una lavagna, divisa in tre colonne corrispondenti, consente di monitorare in tempo reale lo stato di avanzamento delle attività, migliorare l'organizzazione interna e ridurre gli sprechi.

Un elemento centrale del Kanban è la limitazione del lavoro in corso (*Work In Progress*), che aiuta a **evitare sovraccarichi** e **garantire maggiore efficienza e qualità**. L'approccio promuove inoltre il miglioramento continuo e l'adattamento progressivo dei processi, con benefici tangibili in termini di produttività, sostenibilità operativa e riduzione delle eccedenze.

Sul fronte della **gestione dei prodotti in scadenza,** sono state implementate diverse soluzioni per prolungarne la vita commerciale. Per le insegne **IperFutura** e **Pick up**, nei reparti Ortofrutta (IV Gamma, cioè frutta e verdura fresche, già lavate, tagliate e confezionate, pronte per il consumo), Macelleria, Pescheria, Freschi Libero Servizio e Pasticceria, ogni giorno prima dell'apertura vengono selezionate le referenze con scadenza ravvicinata sulle quali viene applicato un **bollino sconto del 50%** sul prezzo di vendita originario. I prodotti prossimi alla scadenza ancora immagazzinati nel Centro di Distribuzione (Ce.Di.), in attesa di essere inviati ai punti vendita, vengono invece **ceduti a prezzo ridotto agli affiliati dell'insegna,** incentivandone l'acquisto e la rapida rivendita al consumatore finale.

Quando i prodotti risultano non più vendibili, ma ancora perfettamente idonei al consumo, in GDA S.p.A. vengono effettuate **donazioni** indirizzate a ONLUS del territorio, impegnate a contrastare la povertà alimentare (per maggiori approfondimenti sui temi delle donazioni alimentari alle ONLUS del territorio, si veda il capitolo 3 "*Temi sociali*", il paragrafo "*3.2.1 Il nostro impegno sociale*", all'interno della sezione "*Solidarietà e lotta allo spreco alimentare, un impegno congiunto*").

146.010 kg di prodotti destinati alle ONLUS del territorio nel 2024, di cui il **99,15%** (pari a 144.771 kg) di **prodotti alimentari.**

L'uso responsabile dei materiali

Nell'ambito del Gruppo, l'impegno verso un uso responsabile dei materiali si traduce in azioni concrete che mirano a prevenire l'utilizzo di risorse non necessarie, **favorendo il riutilizzo** e, dove possibile, **promuovendo la digitalizzazione** a favore della dematerializzazione.

Nell'area d'affari distributiva, una delle iniziative più strutturate riguarda l'impiego di **cassette riutilizzabili** per il trasporto dei prodotti ortofrutticoli freschi. Circa **l'80%** dei prodotti movimentati all'interno del Ce.Di. dei freschi viene consegnato tramite cassette poi riaffidate ai produttori, per essere **riutilizzate ciclicamente** nei trasporti tra il Centro stesso e i punti vendita. Oltre che per la logistica, queste stesse cassette vengono impiegate anche per **l'esposizione della merce a scaffale**, contribuendo così a ridurre l'impiego di materiali usa e getta in tutte le fasi della catena distributiva.

Nel 2024 grazie all'utilizzo delle **cassette riutilizzabili in GDA S.p.A.,** sono stati risparmiati **91.677 kg di $CO2_{eq}$** e un equivalente di **84 alberi salvati**

Un altro ambito di intervento riguarda la **digitalizzazione** delle comunicazioni commerciali all'interno dei punti vendita Iperfutura, Pick Up, Qui Discount, Talento e Conviene XXL, con ricadute dirette sulla **riduzione del consumo di carta**. Negli ultimi anni, in particolare, grazie alla maggiore diffusione dei canali digitali è stato progressivamente **ridotto il numero di volantini cartacei** distribuiti, con una conseguente diminuzione del **7,33% dei volumi di carta stampata nel solo 2024**.

-7,33% di carta utilizzata grazie alla digitalizzazione dei volantini nel 2024

Sempre nell'ottica della dematerializzazione, su 7 punti vendita diretti[5] sono state introdotte le **etichette elettroniche** per la comunicazione del prezzo al cliente finale. In cinque di questi l'etichettatura elettronica è stata adottata **fin dall'apertura**, mentre nei restanti due è stata effettuata la conversione dal supporto cartaceo a quello digitale. Questa soluzione ha permesso di risparmiare circa **362 kg di carta su base annua**, contribuendo in modo significativo alla riduzione dell'impatto ambientale.

[5] Iperfutura Avellino, Iperfutura Battipaglia, Talento Potenza, Talento Venafro, Pick Up Salerno (S. Margherita), Pick Up Potenza (Basento) e Pick Up Francavilla In Sinni.

Grazie alle etichette elettroniche, si stima una media di circa **362 Kg** di carta risparmiati **in un anno**[6]

Un approccio rafforzato dall'introduzione di **monitor digitali** nei punti vendita per veicolare al cliente messaggi promozionali e informativi, limitando ulteriormente il ricorso a supporti cartacei.

Al fine di promuovere **comportamenti responsabili condivisi**, viene infine disincentivato l'utilizzo di sacchetti monouso. In alcune insegne del canale discount vengono proposte in alternativa le **shopper riutilizzabili**, più resistenti e durevoli, che possono anche essere donate ai clienti al superamento di una soglia minima di spesa.

In GDA S.p.A. tutti i prodotti del reparto pescheria sono confezionati in carta, in sostituzione dei tradizionali materiali plastici.

Il processo di dematerializzazione nel Gruppo

Nel percorso di graduale ma costante riduzione dell'impronta materiale delle attività del Gruppo, il processo di digitalizzazione ha interessato non solo le attività operative e di punto vendita, ma anche le **funzioni amministrative e di sede**. In particolare, negli uffici della sede centrale è stata completamente **eliminata la stampa dei cedolini**, delle buste paga, dei piani ferie e dei giustificativi delle assenze, sostituendola con un sistema digitale di consultazione sicura e accessibile da remoto. Oltre a semplificare i processi interni e migliorare l'efficienza, questa scelta ha permesso di **ridurre sensibilmente l'utilizzo di carta**: si stima che, solo per la mancata stampa dei cedolini, si sia registrato un risparmio di **circa 30 mila fogli**, pari a 60 risme e a circa **144 kg di carta**. Una misura concreta che contribuisce a rafforzare l'impegno del Gruppo per un utilizzo più responsabile delle risorse, anche nelle attività quotidiane meno visibili.

144 kg di carta risparmiata grazie alla digitalizzazione dei cedolini in OH S.p.A.

[6]La stima è stata effettuata calcolando, per ciascun punto vendita, il numero di risme di carta necessarie per stampare i frontalini di prezzo, sulla base del numero medio di referenze vendute e della frequenza media delle ristampe per variazione prezzo (circa una ogni 6 settimane). Si è ipotizzato che ogni risma contenga 4.500 frontalini e che abbia un peso pari a quello di una risma di carta da stampa (2,36 kg). Il numero totale di risme è stato quindi moltiplicato per il peso unitario stimato, ottenendo un risparmio complessivo stimato di 362 kg di carta.

Il packaging sempre più sostenibile in Di Carlo S.r.l.

Nell'ambito dell'impegno verso una gestione più responsabile delle risorse, **Di Carlo S.r.l.**, società del Gruppo Orizzonti specializzata nel confezionamento di oli vegetali, ha dato vita a un'importante iniziativa di sostituzione del packaging. Al posto della tradizionale bottiglia in vetro, ha introdotto il Tetra Pak realizzato in poliaccoppiato di alluminio **100% riciclabile**. Interamente riciclabile attraverso la raccolta differenziata, il nuovo packaging è composto per oltre il 60% da **carta FSC** da fonti gestite in modo responsabile.

332.383 brik in Tetra Pak sviluppati nel 2024

Grazie alla struttura **leggera e infrangibile**, le nuove confezioni contribuiscono a **ridurre l'impatto ambientale del trasporto,** assicurano una migliore protezione, limitano l'esposizione alla luce e l'ossidazione e riducono il rischio di rotture durante trasporto e consegna. Dopo il consumo da parte del cliente, il contenitore può essere avviato tramite **raccolta differenziata** a un processo di recupero che consente di separarne i componenti: la **cellulosa**, da cui si ottengono nuovi prodotti cartacei, e il **Poly-Al** (polietilene e alluminio combinati) da cui è possibile ricavare materiali utili per la produzione di **pallet, scocche e altri prodotti**. Un esempio concreto di **economia circolare**, in cui ciò che è stato un imballaggio diventa risorsa per nuovi cicli produttivi.

In Di Carlo S.r.l., il percorso di transizione verso imballaggi più sostenibili ha inoltre previsto la sostituzione di alcune confezioni in plastica tradizionale con packaging in **plastica riciclata R-pet al 50%**. I primi prodotti a compiere questo passo sono stati **gli aceti di vino bianco e rosso** in confezione da un litro, oggi disponibili in bottiglie r-PET che combinano funzionalità e minore impatto ambientale.

Un cambiamento che riflette la volontà di **ridurre progressivamente l'impiego di materiale vergine**, contribuendo a costruire un sistema più circolare e responsabile **anche nell'ambito della plastica**.

La gestione dei rifiuti

Se la riduzione dell'utilizzo di materiali e la promozione di soluzioni di packaging più sostenibili rappresentano un importante passo per un uso responsabile delle risorse, il Gruppo considera fondamentale anche assicurare una **corretta gestione dei rifiuti** generati dalle proprie attività.

Effettuare una **corretta separazione** significa infatti garantire che **i rifiuti** siano destinati ad **attività di riciclo e recupero**. Ciò avviene in tutte le società del Gruppo, sia attraverso il conferimento diretto a ditte specializzate sia attraverso la raccolta differenziata comunale.

Per quanto concerne i **rifiuti organici[7],** vengono prodotti in GDA S.p.A. e in Di Carlo S.r.l. in quanto caratterizzate da attività di natura operativa, relative rispettivamente alla lavorazione di reparto (scarti della lavorazione di carne e pesce, scarti di reparto ortofrutta) e al confezionamento dell'olio (residui oleosi).

In GDA S.p.A., in particolare, la raccolta viene gestita per la maggior parte dal **servizio comunale (80% dei rifiuti organici totali)** e destinata al recupero urbano. Nei casi in cui questa modalità non può essere garantita, la raccolta avviene tramite ditta privata.

[7] Per rifiuti organici si intendono i rifiuti biodegradabili da cucine e mense (codice CER 020304).

Nei punti vendita con quest'ultimo tipo di servizio sono presenti **compattatori** che consentono di ridurre il volume di questa frazione direttamente sul posto, migliorando l'igiene dei luoghi di lavoro e riducendo la frequenza dei ritiri.

Accanto ai rifiuti organici, dal 2024 è stato inoltre avviato in GDA S.p.A. il **monitoraggio dell'olio esausto** prodotto nei reparti di lavorazione interna, quali gastronomia e pasticceria. Questo rifiuto viene raccolto e conferito a ditte specializzate per il **reimpiego in altri cicli produttivi**, contribuendo alla riduzione dell'impatto ambientale e alla promozione di pratiche di **economia circolare**. In modo analogo, anche in Di Carlo S.r.l. i residui organici di processo sono conferiti a ditte terze specializzate.

Per quanto riguarda **carta, cartone e plastica**, **in GDA S.p.A. circa il 90% della rete vendita** è dotato di **compattatori** che consentono una gestione più efficiente dei materiali da imballaggio (carta, cartone e plastica), riducendo il volume dei rifiuti alla fonte e facilitandone lo stoccaggio, il trasporto e l'avvio al riciclo. L'utilizzo dei compattatori permette di **ottimizzare la logistica interna**, garantendo una maggiore qualità del conferimento e migliorando l'efficacia complessiva dei processi di avvio al riciclo e recupero.

Con volumi proporzionali alle diverse caratteristiche delle attività, la raccolta differenziata dei rifiuti da imballaggi viene effettuata anche in Di Carlo S.r.l.

Tutte le altre tipologie di rifiuto vengono gestite attraverso **sistemi di raccolta differenziata**, o comunque secondo modalità **conformi alla normativa ambientale italiana**.

A conferma dell'impegno diffuso del Gruppo verso una corretta gestione dei rifiuti, anche nella sede amministrativa di OH S.p.A. è attivo **un sistema di raccolta differenziata per carta, cartone e plastica** derivanti dalle attività d'ufficio.

BOX: GDA S.p.A. semplifica la raccolta delle pile e toner esausti per i propri clienti

Oltre alla gestione interna dei rifiuti speciali, GDA S.p.A. ha attivato un servizio di raccolta dedicato a pile e toner esausti anche per i propri clienti, contribuendo alla promozione di comportamenti virtuosi e alla diffusione della cultura del riciclo.

All'interno dei punti vendita sono stati predisposti appositi contenitori per il conferimento di questi materiali, spesso difficili da smaltire in maniera corretta. Il momento della spesa si trasforma così in un'opportunità per restituire in modo sicuro e sostenibile rifiuti potenzialmente dannosi per l'ambiente, contribuendo al loro corretto avvio a recupero.

L'iniziativa si inserisce nel più ampio impegno di GDA S.p.A. per la **semplificazione della raccolta differenziata** e per il **coinvolgimento attivo della clientela** in pratiche di consumo più consapevoli, accessibili e condivise.

La gestione dei rifiuti in numeri

PRINCIPALI CATEGORIE DI RIFIUTI	u.m.	2024		
		Gruppo	GDA	Di Carlo
Rifiuti biodegradabili da cucine e mense	Kg	**24.210**	24.210	0
Rifiuti prodotti da agricoltura, orticoltura, acquacoltura, selvicoltura, caccia e pesca, trattamento e preparazione di alimenti (olio)	Kg	**1.600**	0	1.600
Olio esausto	Kg	**420**	420	0
Imballaggi in carta e cartone	Kg	**612.660**	603.530	9.130
Imballaggi in plastica	Kg	**91.225**	87.855	3.370
Imballaggi in legno	Kg	**5.000**	5.000	0
Imballaggi metallici	Kg	**480**	0	480
Imballaggi compositi	Kg	**3.520**	0	3.520
Imballaggi in materiali misti	Kg	**91.650**	91.650	0
Imballaggi vetro	Kg	**700**	0	700
Rifiuti urbani non differenziati	Kg	**58.660**	58.660	0

3. TEMI SOCIALI

3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria

3.1.1 Il nostro Gruppo

Nel 2024 il Gruppo Orizzonti può contare sul contributo di **941 persone**, distribuite tra le varie società. La composizione dell'organico ne riflette la **diversa dimensione, funzione e natura operativa**: grazie alla sua capillarità territoriale e alla natura commerciale legata alla gestione dei punti vendita, **GDA S.p.A.** si conferma la realtà con il maggior numero di dipendenti, **il 93,41%**. Seguono **OH S.p.A.**, cuore strategico e gestionale del Gruppo e **Di Carlo S.r.l.**, realtà operativa in crescita. **Sinerfin S.p.A.**, infine, per la specificità delle proprie attività (proprietà degli immobili del Gruppo), conta sul supporto di un unico dipendente.

In particolare, l'organico si distingue per la presenza di **ruoli eterogenei e complementari**. Gli **Impiegati (42,40%)** e **Operai (57,60%)** rappresentano l'ossatura delle attività quotidiane, con una presenza particolarmente significativa **in GDA S.p.A. e Di Carlo S.r.l.**, mentre i **Quadri** risultano concentrati **in GDA S.p.A. (5 su 8 totali)**; i **Dirigenti** che prestano servizio per il **Gruppo** sono **5** (di cui 4 inclusi nella forza lavoro relativa al perimetro del presente Bilancio).

Dal punto di vista dell'occupazione, l'assetto è fondato su **rapporti di lavoro stabili**: la quasi totalità del personale è assunto a **tempo indeterminato** (**98,51%)** con una piccola quota residuale rappresentata dai contratti a tempo determinato (**1,49%**); la percentuale degli assunti a tempo indeterminato sale al **100%** nelle società Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A.

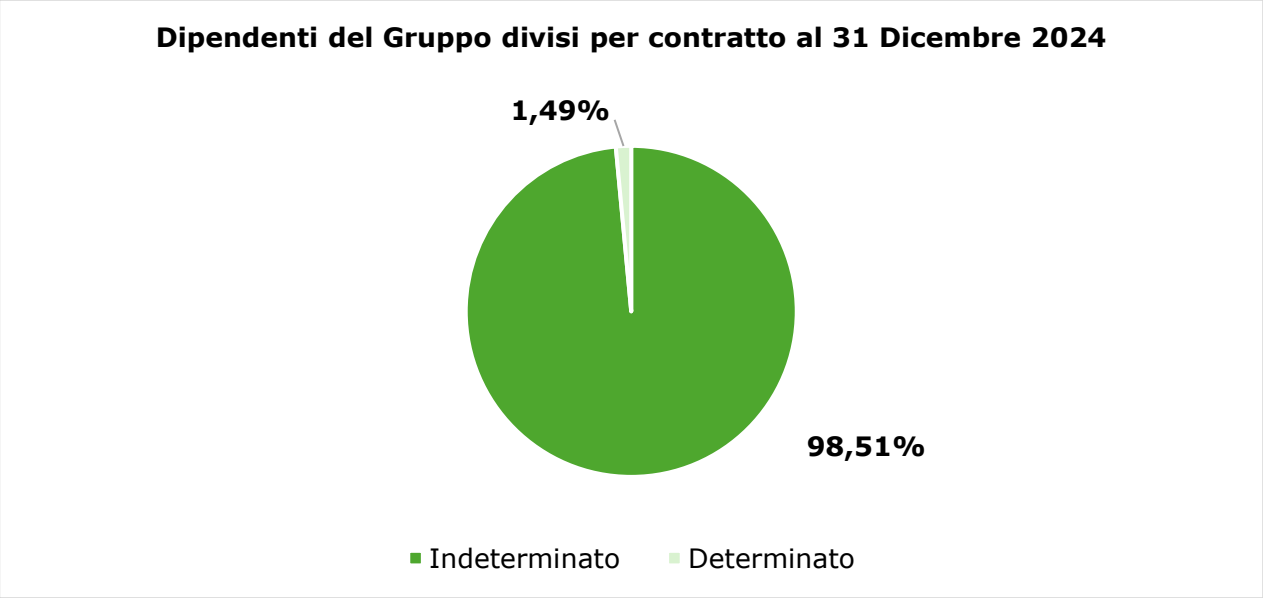
A sua volta, la tipologia di impiego mostra una prevalenza di impieghi **full-time (66,31%)**, ai quali si affianca una componente **part-time (33,69%)** che, sebbene limitata a livello di Gruppo, svolge un ruolo importante in **GDA S.p.A. (35,61%),** dove è più presente la necessità di alternare più turni di lavoro. Una peculiarità comune a tutto il settore della Grande Distribuzione, in cui le specificità organizzative e i picchi stagionali richiedono una maggiore flessibilità nella gestione dell'organico: in coerenza con il proprio approccio complessivo alle persone, il Gruppo inserisce queste esigenze operative ben definite in una struttura organizzativa che coniuga i ritmi del settore e l'adattamento alle dinamiche del mercato **con la solidità occupazionale**.

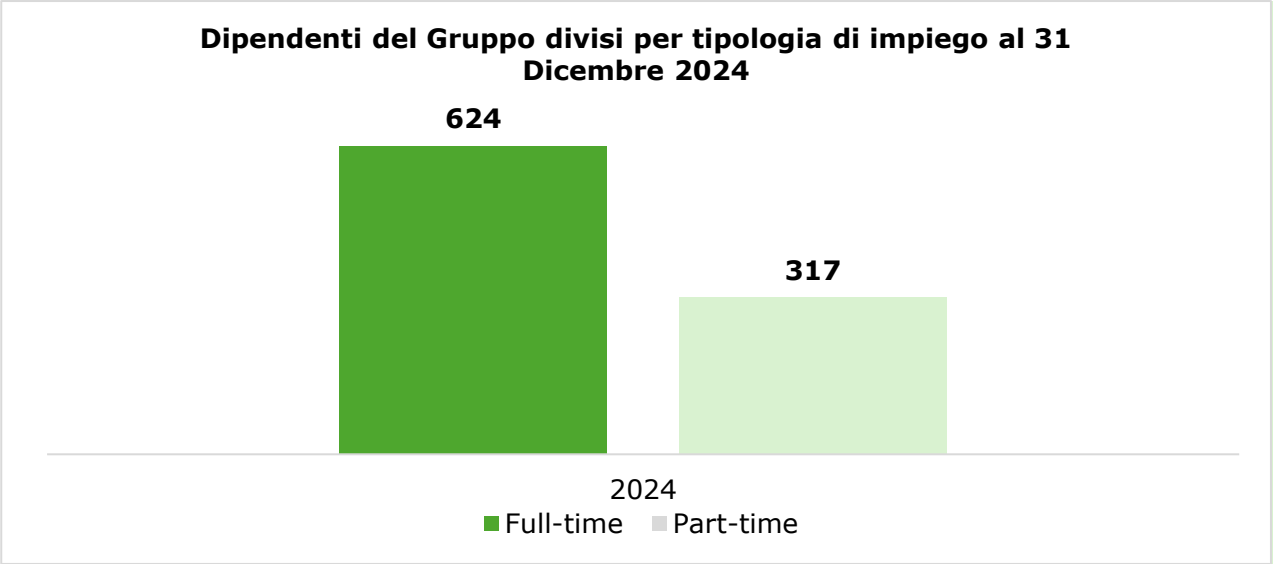
Sotto il profilo della composizione di genere, le **donne** rappresentano il **36,77%** dell'organico complessivo, con una distribuzione omogenea tra **OH S.p.A. (35,29%)** e **GDA S.p.A. (37,20%)**: una presenza significativa e che presenta **margini di sviluppo importanti**.

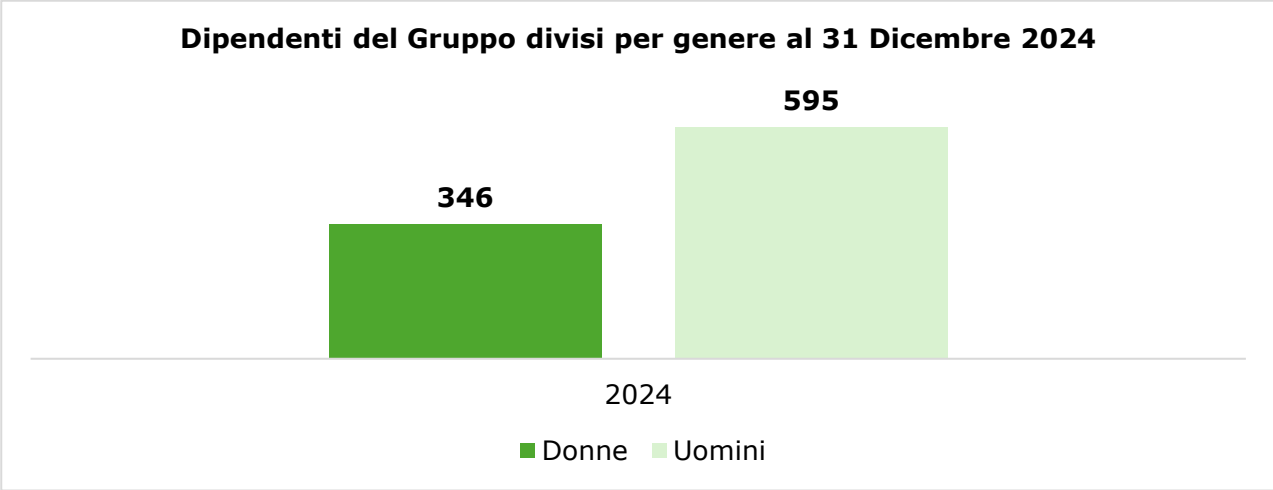
Dal punto di vista dell'età, l'organico presenta un sostanziale bilanciamento tra la componente in piena fase di crescita professionale, **tra i 30 e i 50 anni (56,32%)**, e quella che ha maturato più esperienza, gli **over 50 (40,06%)**, completate da una più limitata presenza di **under 30 (3,61%)**. Oltre a fattori di mercato locali, l'elevata incidenza delle fasce di età più alte e la minor presenza giovanile riflettono **specifiche caratteristiche del territorio**, come la distanza dai principali centri universitari e formativi, che riduce la possibilità di intercettare i giovani talenti.

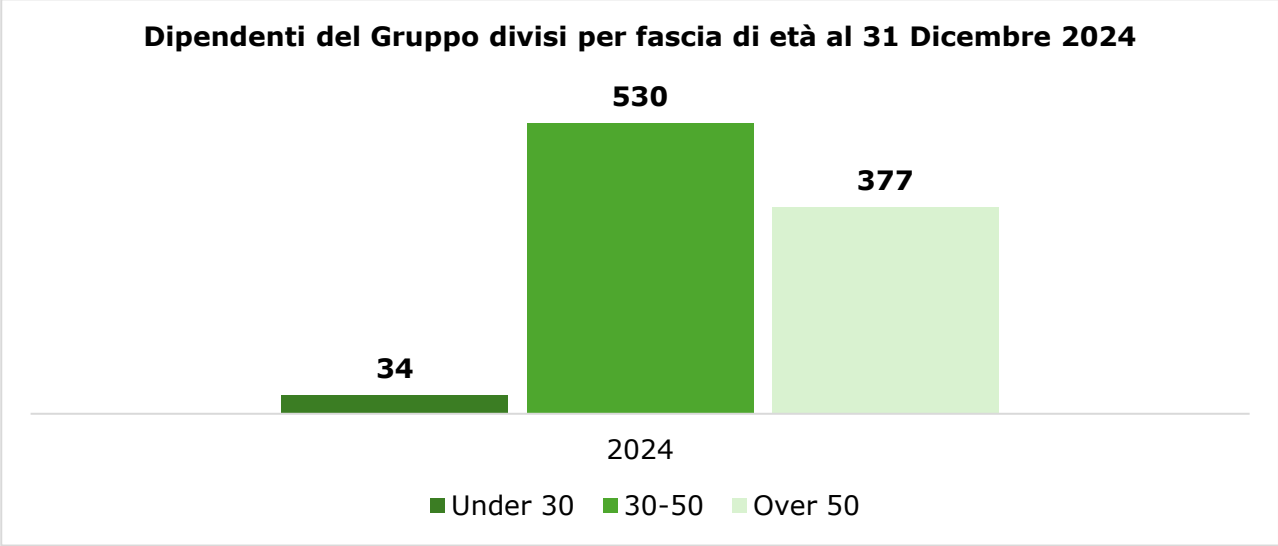
Con l'obiettivo di generare un impatto positivo su un mercato del lavoro locale con queste caratteristiche, il Gruppo continua a investire nelle **persone del territorio** (+**2,39%** rispetto al 2023). Nel corso dell'anno di rendicontazione si sono registrate **57 nuove assunzioni**, concentrate in buona parte in **GDA S.p.A.** per la sostituzione di personale. In generale, il Gruppo registra un tasso di compensazione del **91,94%**, mentre in **GDA S.p.A.** si attesta al **92,73%**. Le restanti assunzioni hanno invece risposto all'esigenza di rafforzare l'organico in risposta alla crescita del Gruppo.

A supporto della forza lavoro dipendente, il Gruppo conta sul prezioso contributo di **358 lavoratori esterni**, suddivisi tra **somministrati, autonomi, agenti e stagisti**.









Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti ai dipendenti e ai collaboratori del Gruppo, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

3.1.2 Il valore di ciascuno, la forza del Gruppo

Il Gruppo Orizzonti è fatto di persone, vero motore di ogni attività. Per questo, promuove **un ambiente di lavoro sicuro, stabile e orientato alla qualità delle relazioni.** Per assicurarsi di garantire condizioni di lavoro eque e coerenti con i diritti dei lavoratori, il Gruppo si impegna a instaurare rapporti di lavoro secondo la contrattazione nazionale (CCNL), con una **copertura del 100% dei dipendenti.**

Coerentemente con questo approccio, l'impegno si focalizza sull'orientamento alla **stabilità e continuità lavorativa,** elemento imprescindibile del benessere individuale. Lo dimostra non solo il **98,51%** di dipendenti a tempo indeterminato a livello di Gruppo ma, soprattutto, la tendenza alla **stabilizzazione progressiva dei percorsi professionali** delle persone.

Nel corso del 2024 nel Gruppo, è stato stabilizzato il rapporto di lavoro di **27 risorse**, con passaggio da contratto a tempo determinato a contratto a tempo indeterminato, a conferma della volontà di offrire **concrete opportunità di continuità e crescita** a chi intraprende un percorso formativo in azienda.

BOX: Una scelta consapevole per il valore del lavoro

Nel percorso di costruzione di un ambiente lavorativo equo e qualificato, il Gruppo ha adottato una posizione chiara sul tema dell'organizzazione del lavoro, scegliendo, per la gestione di alcune attività operative specifiche, operatori specializzati che impiegano comunque risorse del territorio.

Una scelta formalizzata a livello di policy, per riflettere la volontà di ridurre il rischio di forme di lavoro irregolare o sotto tutelato: modalità che, pur comportando minori costi nel breve termine, non sono compatibili con i valori di responsabilità, legalità e sostenibilità sociale che guidano il Gruppo.

Con il fine di favorire un miglior equilibrio tra vita personale e professionale, oltre a un creare un contesto di lavoro stabile il Gruppo promuove alcune forme di **flessibilità lavorativa**. Per i dipendenti della sede di **OH S.p.A.**, della sede commerciale di **GDA S.p.A.** e di **Sinerfin S.p.A.** è previsto un **orario di ingresso flessibile**, compreso tra le 8:30 e le 9:30, con uscita tra le 17:30 e le 18:30. Per questi ultimi, accanto alla flessibilità oraria è previsto un giorno di **smart working** a settimana. Per i **lavoratori in condizioni fragili**, con l'obiettivo di salvaguardarne la salute e favorirne l'inclusione lavorativa lo smart working si estende a **5 giorni su 5**.

A fondamento di questo approccio orientato alla cura delle persone si pone un **dialogo** costante e aperto. Un confronto continuo, che rappresenta un elemento chiave per il **miglioramento**.

Il **dialogo aziendale** con i propri collaboratori si sviluppa normalmente attraverso canali diretti, via e-mail, e anche in modalità informali. Per le segnalazioni più sensibili è attivo un canale **whistleblowing** specifico per ogni singola società, accessibile dal sito del Gruppo (www.orizzontiholding.it/governance), che assicura la riservatezza nella gestione di eventuali illeciti (per maggiore approfondimento si faccia riferimento al capitolo *"4. ESRS G1: Condotta delle imprese",* al paragrafo *"4.1.1 Una cultura aziendale basata su politiche e condotte etiche e trasparenti").* Sia in caso di segnalazioni formali sia di segnalazioni effettuate tramite i punti di contatto, le problematiche vengono sempre analizzate, verificate e, dove necessario, affrontate attraverso **azioni correttive**. Una volta risolte, le situazioni vengono monitorate nel tempo tramite **controlli a campione**, a garanzia del pieno ripristino delle condizioni adeguate.

3.1.3 Valorizzare le persone, senza distinzioni

"*Nella gestione del personale, il Gruppo Orizzonti assicura a tutti le medesime opportunità, garantendo un trattamento equo basato su criteri di merito, senza discriminazione alcuna. Il Gruppo Orizzonti si impegna inoltre a tutelare l'integrità morale del personale, evitando che questo subisca illeciti condizionamenti o indebiti disagi. Per tale ragione è severamente vietato ogni atto di violenza psicologica, nonché qualsiasi atteggiamento o comportamento discriminatorio o lesivo della persona, delle sue convinzioni e delle sue preferenze. In tale ottica, non sono tollerate molestie sessuali o atteggiamenti intimidatori e ostili nelle relazioni di lavoro interne o esterne*".
Dal Codice Etico del Gruppo

Per il Gruppo Orizzonti, mettere al centro le persone significa agire concretamente per creare un ambiente di lavoro in cui ciascuno possa sentirsi **valorizzato, rispettato e sostenuto** nelle diverse fasi della vita professionale. Lo dimostra il dato relativo agli episodi di discriminazione, che ha registrato **zero segnalazioni** nell'anno rendicontato.

Il Gruppo promuove infatti una cultura del lavoro fondata su **pari opportunità e trattamento equo per tutti,** consapevole che ogni persona porta con sé esigenze, responsabilità e aspirazioni diverse, che meritano attenzione e valorizzazione.

In questa prospettiva, particolare rilievo è attribuito alla **tutela della genitorialità e alla conciliazione dei tempi di cura**, attraverso un accesso equo e non penalizzante ai **congedi familiari**. L'obiettivo non è solo garantire un diritto, ma contribuire a superare stereotipi di genere ancora radicati, incentivando una **distribuzione più equilibrata dei carichi familiari** tra uomini e donne, e promuovendo modelli organizzativi più flessibili e attenti alla persona.

A conferma dell'impegno a tutelare la **continuità occupazionale**, anche nel 2024 il Gruppo ha garantito **al 100% dei dipendenti** il diritto a usufruire del **congedo familiare**, e a rientrare nella propria posizione al termine del periodo di assenza. Al 31 dicembre 2024, ne ha usufruito **l'1,17%**, con **l'81,82% dei beneficiari** che risulta ancora presente nel Gruppo, percentuale che sale al **90%** considerando le **sole donne** rientrate.

Un dato che riflette l'efficacia delle misure di **supporto alla genitorialità**, in particolare nei confronti del **personale femminile**. Tra le misure più apprezzate figura la possibilità, concessa alle madri nel primo anno di vita del bambino, di usufruire liberamente dello **smart working** per le mansioni che lo consentono. Questa opportunità **agevola il rientro graduale in azienda**, e rappresenta **un segnale concreto di attenzione** alla cura, all'equilibrio e all'empowerment delle lavoratrici.

Allo stesso tempo, il Gruppo riconosce l'importanza di garantire **condizioni retributive eque**. Per questo nel 2024 ha posto tra le aree di maggiore attenzione eventuali **differenze salariali di genere**, adottando un approccio trasparente e orientato al miglioramento continuo. Assicurare **pari trattamento economico a parità di ruolo e responsabilità** è infatti una condizione imprescindibile per costruire un'organizzazione più giusta, coesa e realmente inclusiva.

Per indagare la parità di trattamento all'interno del Gruppo, nel 2024 è stato calcolato per la prima volta il **Gender Pay Gap,** una misura che indaga la **differenza percentuale** tra la retribuzione percepita dagli uomini e dalle donne. Questo primo esercizio di misurazione ha rappresentato un'opportunità importante per analizzare con maggiore consapevolezza la composizione retributiva interna e per individuare eventuali aree di miglioramento in ottica di equità di genere.

BOX: Il Gender Pay Gap in breve

Il Gender Pay Gap rappresenta la differenza percentuale tra la retribuzione media percepita dagli uomini e quella percepita dalle donne all'interno di un'organizzazione. Si tratta di un indicatore chiave per individuare eventuali disuguaglianze economiche di genere. La misurazione di questo indicatore consente alle aziende di valutare con maggiore consapevolezza le proprie politiche retributive e di mettere in atto azioni correttive mirate, promuovendo così un ambiente di lavoro più equo. Garantire pari trattamento economico significa riconoscere il valore delle competenze e del contributo professionale delle persone, a prescindere dal genere.

A livello di Gruppo, l'analisi del Gender Pay Gap evidenzia un divario retributivo complessivo pari al **5,34% a favore degli uomini,** imputabile principalmente a dinamiche contrattuali e di inquadramento.

Il divario retributivo si concentra infatti per lo più nelle **posizioni dirigenziali**, dove incide maggiormente **l'eterogeneità dei ruoli e delle responsabilità**, insieme a una componente femminile meno rappresentata. A conferma dell'incidenza di queste dinamiche, nei livelli **impiegatizi e operai**, invece, i divari retributivi sono **meno rilevanti**, grazie a una maggiore uniformità contrattuale e di inquadramento nelle fasce professionali più operative. Per i **quadri**, infine, non è possibile procedere ad una comparabilità tra generi a causa della presenza esclusiva di uomini in questa categoria.

Guardando nel dettaglio dei **livelli di inquadramento** nelle diverse società, emergono differenze nelle situazioni retributive legate delle specificità nelle singole realtà aziendali.

Considerando il livello dirigenziale, il dato complessivo di Gruppo risulta influenzato dalla combinazione di due differenti situazioni. Da un lato, il **Gender Pay Gap fisso è pari allo 0%** in OH S.p.A., in cui si concentra circa il **90%** dei dirigenti presenti a livello di Gruppo: un dato che, a parità di ruolo, segnala totale **parità salariale** tra uomini e donne. Dall'altro, non sono presenti donne tra i dirigenti delle altre società del Gruppo che, però, rappresentano appunto solo il 10% del totale. Guardando al **Gender Pay Gap complessivo** (retribuzione fissa + retribuzione variabile su criteri di performance) in OH S.p.A. si registra un divario molto contenuto a favore degli uomini, pari al **4,44%.**

Nei livelli impiegatizi, dove la presenza femminile è più ampia e diffusa, il Gender Pay Gap di Gruppo è intorno al **5%**. In particolare, in OH S.p.A. e GDA S.p.A.[8] si registrano divari retributivi rispettivamente del **6,78%** e del **5,19%**. Divari che si confermano anche considerando la base complessiva, con valori pari al **7,05%** in OH S.p.A. e **5,48%** in GDA S.p.A.

Nella società Di Carlo S.r.l., nel livello Impiegato si registra un Gender Pay Gap pari allo 0% su base sia fissa sia complessiva, mostrando, quindi, una perfetta parità retributiva.

A livello di Gruppo, **per il livello Operaio**, il Gender Pay Gap su base fissa è pari al **6,83%,** che diventa **6,96%** se si guarda alla base complessiva. Nelle singole società, il Gender Pay Gap può essere misurato solo per GDA S.p.A. dal momento in cui in Sinerfin S.p.A., Di Carlo S.r.l. e OH S.p.A. non sono presenti operaie donne. In GDA S.p.A., quindi, il Gender Pay Gap del livello operaio è pari a **5,99%** su base fissa, che diventa **6,13%** su base complessiva.

[8] Per la società Sinerfin S.p.A, che conta un solo dipendente, non può essere calcolato il Gender pay Gap specifico.

Riguardo ai livelli operaio e impiegato, va inoltre notato che la retribuzione fissa è legata a inquadramenti determinati da fattori oggettivi, come i **titoli di studio**. In queste categorie, quindi, il divario retributivo riflette principalmente la diversità dei ruoli ricoperti. Gli uomini tendono infatti a ricoprire in maggiore misura **ruoli tecnici e specifici** che, a livello di inquadramento, prevedono retribuzioni leggermente superiori.

		2024	
	u.m.	Retribuzione fissa	Retribuzione totale (fissa+ variabile)
Gender pay gap complessivo	**%**	**5,34%**	**5,84%**
Livello Dirigente - Gender pay gap	%	16,49%	24,74%
Livello Impiegato - Gender pay gap	%	5,47%	5,76%
Livello Operaio - Gender pay gap	%	6,83%	6,96%

3.1.4 Investire nel futuro delle persone: l'attività di formazione

3.964 ore di formazione erogate a livello di Gruppo nel 2024

1.728 ore di formazione erogate in ambito salute, sicurezza, qualità e sostenibilità in GDA S.p.A. nel 2024

4,2 ore medie di formazione pro capite a livello di Gruppo nel 2024

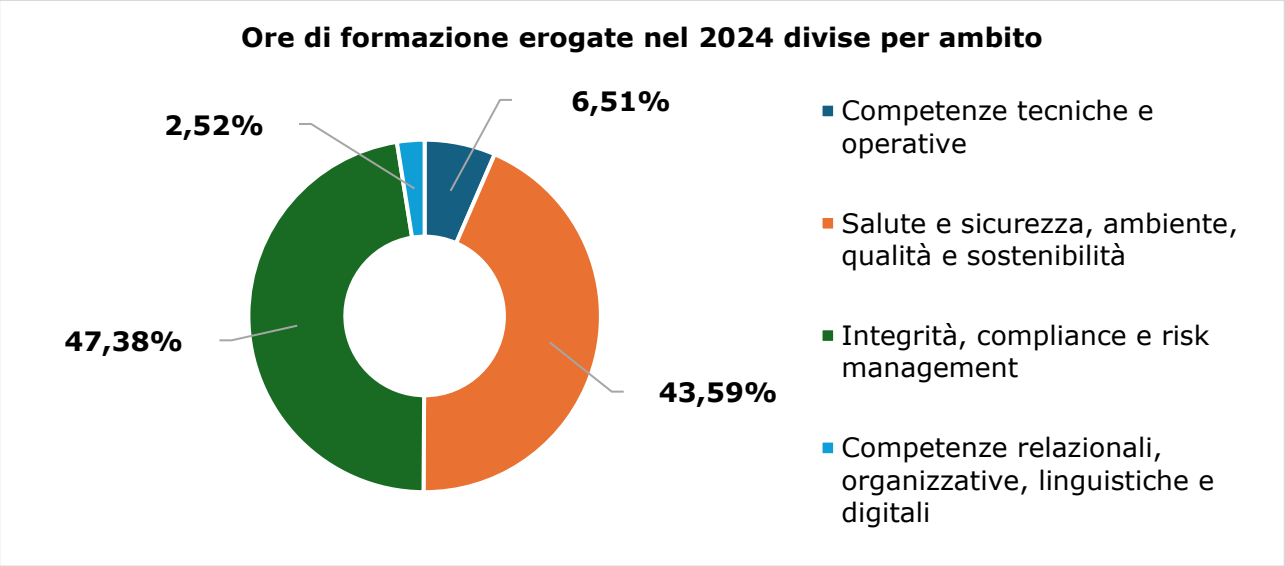
La formazione rappresenta un **fattore di crescita** e un elemento chiave per lo sviluppo professionale delle persone, oltre che per il rafforzamento della **qualità e sicurezza** dei processi. A livello di Gruppo, l'impegno a favore della formazione si traduce sia nell'erogazione di attività formative obbligatorie, sia nella promozione di iniziative **volontarie e integrative**, pensate per rispondere in modo mirato ai fabbisogni formativi emergenti e ai diversi ruoli aziendali. Per quanto riguarda in particolare GDA S.p.A., questo impegno trova espressione anche nel **piano industriale**.

L'approccio è concepito come un **percorso continuo** che accompagna ogni persona **fin dal primo giorno**. L'ingresso in azienda è infatti supportato da un **percorso di affiancamento**, pensato per facilitare l'inserimento e trasmettere in modo efficace **conoscenze, procedure e valori aziendali**. L'apprendimento avviene sul campo, a stretto contatto con colleghi esperti, in un clima che favorisce il passaggio graduale di responsabilità e l'acquisizione delle competenze necessarie. Una volta integrati nei team, i dipendenti possono accedere a **opportunità formative** calibrate sulle diverse esigenze professionali. Oltre alla formazione obbligatoria in ambito **sicurezza, qualità e compliance**, vengono promossi percorsi **volontari e integrativi**, attivati sulla base dei fabbisogni che emergono nelle diverse aree aziendali. Questo permette di rispondere in modo **flessibile e mirato** alle necessità operative, valorizzando il contributo di ciascuno.

Nel 2024 sono state erogate complessivamente **3.964 ore di formazione** ai dipendenti del Gruppo (4,2 ore medie pro capite), a conferma dell'attenzione costante riservata allo sviluppo delle competenze interne e all'aggiornamento professionale. Il principale ambito formativo ha riguardato i temi di **integrità, risk & compliance (47,38%),** a seguito dell'introduzione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (anche detto **Modello 231**), che ha richiesto un coinvolgimento diffuso e capillare di tutto il personale. La sua adozione ha infatti comportato la necessità di **accrescere la consapevolezza e le responsabilità individuali** in merito alla conformità normativa e alla prevenzione dei rischi aziendali.

Accanto a questo importante attività di formazione, una quota significativa delle ore erogate si è concentrata sugli ambiti **salute, sicurezza, ambiente e qualità (43,59%),** non solo in risposta agli obblighi normativi previsti per legge, ma anche come **investimento volontario**.

Ulteriori interventi formativi hanno riguardato le **competenze tecnico-operative (6,51%)**, sviluppate su base volontaria per rispondere alle esigenze specifiche dei reparti produttivi, oltre che per supportare l'aggiornamento e il potenziamento delle competenze dei dipendenti. Infine, è stato promosso lo sviluppo delle **competenze digitali, organizzative e linguistiche (2,52%),** considerate importanti per la crescita del Gruppo.



La distribuzione delle ore di formazione riflette le **caratteristiche dimensionali e operative** delle diverse società del Gruppo. La formazione si è concentrato in **GDA S.p.A.** per circa il **90%** del totale delle ore erogate, in linea con il **numero più elevato di dipendenti** e con la **natura prettamente operativa** delle sue attività, che richiedono una maggiore attenzione agli aspetti di compliance, sicurezza e competenze tecniche. OH S.p.A. ha assorbito il **9,56%** delle ore, mentre Di Carlo S.r.l. ne ha registrate lo **0,45%**[9], a conferma di una struttura organizzativa più snella e di un fabbisogno formativo più circoscritto.

In particolare, GDA S.p.A. ha canalizzato la quasi totalità delle ore relative alla formazione su **risk & compliance** e l'intero monte ore dedicato a **salute e sicurezza e qualità** (**100%**)**,** in coerenza con il suo ruolo di principale realtà produttiva del Gruppo. Questa formazione ha riguardato tanto corsi obbligatori, come quelli sulla **sicurezza sul lavoro**, rivolti sia ai nuovi assunti sia, come aggiornamento, ai dipendenti già in organico, o come la formazione sulla **qualità** (HACCP), tanto di tipo volontario, come nel caso della formazione in materia di **sostenibilità**. Quest'ultima ha visto il coinvolgimento dei dipendenti dell'area commerciale in una sessione di sensibilizzazione sulla **redazione del bilancio di sostenibilità,** che ha rappresentato un'importante occasione di diffusione della cultura della sostenibilità anche tra le funzioni operative e commerciali.

[9] Nel 2024 il dipendente unico di Sinerfin S.p.A è stato interessato esclusivamente dall'attività di formazione relativa al Modello 231.

BOX: Formazione e prevenzione: la sicurezza si costruisce ogni giorno

Investire nella formazione su **salute e sicurezza** non è solo un obbligo normativo, ma una **scelta strategica** per tutelare le persone e ridurre concretamente il rischio di infortuni sul lavoro.

Nel 2024, il Gruppo ha proseguito nell'erogazione di formazioni mirate, differenziati per tipologia di attività e livello di esposizione al rischio, con una particolare attenzione ai reparti operativi e alle situazioni a medio rischio, come quella in GDA S.p.A.

Un approccio che si conferma efficace: nel 2024 il numero complessivo di infortuni si è attestato a **14 casi**, con un'**incidenza dell'1,49%** e un **indice di frequenza pari a 10,15**. In particolare, è stato registrato un solo infortunio in **OH S.p.A.**, classificato come incidente **in itinere**, mentre i restanti **13 infortuni** hanno riguardato personale operativo di **GDA S.p.A.**, tutti riconducibili ad attività operative e mansioni specifiche. In GDA S.p.A., infatti, i rischi in ambito reparto risultano più significativi rispetto alle altre società del Gruppo, soprattutto in relazione all'utilizzo di macchinari da taglio e ad altre attrezzature, con un'incidenza maggiore nelle attività quotidiane dei punti vendita.

Dati contenuti rispetto alle caratteristiche di settore della grande distribuzione organizzata (GDO), soprattutto nei reparti alimentari e logistici.

In OH S.p.A. il fulcro della formazione ha invece interessato l'ambito delle **soft skill**, con un'offerta focalizzata sullo sviluppo delle **competenze relazionali e organizzative**, a supporto di un profilo aziendale più orientato alla gestione, al coordinamento e ai servizi. In particolare, la funzione Risorse Umane ha aderito a **due corsi**, promossi dalla proposta formativa della centrale d'acquisto "**VéGé Academy**", dedicati al **benessere organizzativo** e alla **gestione della diversità**, focalizzato sulla promozione di ambienti di lavoro positivi, inclusivi e capaci di sostenere il coinvolgimento delle persone.

Nel 2024 è stata dedicata attenzione anche allo sviluppo delle **competenze digitali e linguistiche**, considerate leve fondamentali per la crescita individuale e la capacità di operare in contesti sempre più interconnessi. In quest'ottica, è stato attivato un corso di **lingua inglese** della durata complessiva di **50 ore**, rivolto a **8 dipendenti** selezionati, volo a rafforzare le competenze linguistiche di base e ampliare il vocabolario tecnico, con particolare riferimento ai contesti aziendali.

Infine, le attività di **formazione tecnico-operativa** sono state distribuite tra **OH S.p.A. (68,60%)** e **GDA S.p.A. (31,40%)**, riflettendo le esigenze complementari delle due realtà in termini di aggiornamento tecnico e supporto ai processi produttivi. Nel primo caso, hanno approfondito le competenze tecniche e gestionali, con il coinvolgimento di profili specifici: l'**energy manager** di OH S.p.A. ha preso parte a un corso online sulle **energie rinnovabili** mentre l'**ufficio legale, sicurezza e qualità** ha partecipato a una formazione digitale incentrata sul sistema di tracciabilità dei rifiuti. L'attività di formazione in OH S.p.A. ha poi interessato l'attività di **sensibilizzazione** sui temi legati alla **sostenibilità.**

Anche GDA S.p.A. ha aderito alle iniziative formative promosse dalla centrale di acquisto VéGé, nell'ambito del programma **VéGé Academy** per lo sviluppo di competenze tecniche ed operative. Alcune figure dell'area commerciale della sede GDA S.p.A. hanno inoltre preso parte a due corsi online dedicati alle funzionalità e all'utilizzo del **sistema gestionale aziendale**, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza operativa e la familiarità con gli strumenti digitali interni.

Al pari di OH S.p.A., anche GDA S.p.A., unitamente ai responsabili delle società Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A., ha infine partecipato all'attività di **sensibilizzazione** sui temi legati alla **sostenibilità d'impresa.**

BOX: La partecipazione alla VéGé Academy

In qualità di impresa socia del Gruppo VéGé, l'adesione alle attività promosse dalla VéGé Academy rappresenta un'importante opportunità per investire nella crescita professionale dei collaboratori e rafforzare le competenze strategiche all'interno dell'organizzazione. L'Academy, attiva dal 2018, offre un'articolata proposta formativa centralizzata, tra cui seminari, workshop e percorsi specialistici – progettata in collaborazione con partner qualificati del settore GDO.

Adesione e partecipazione permettono di accedere a contenuti aggiornati e di qualità, ma anche di confrontarsi con le altre imprese del network, in un'ottica di condivisione di esperienze, diffusione di best practice e miglioramento continuo. Per il Gruppo Orizzonti, la VéGé Academy si conferma una leva strategica per lo sviluppo professionale, l'innovazione operativa e il rafforzamento della cultura manageriale.

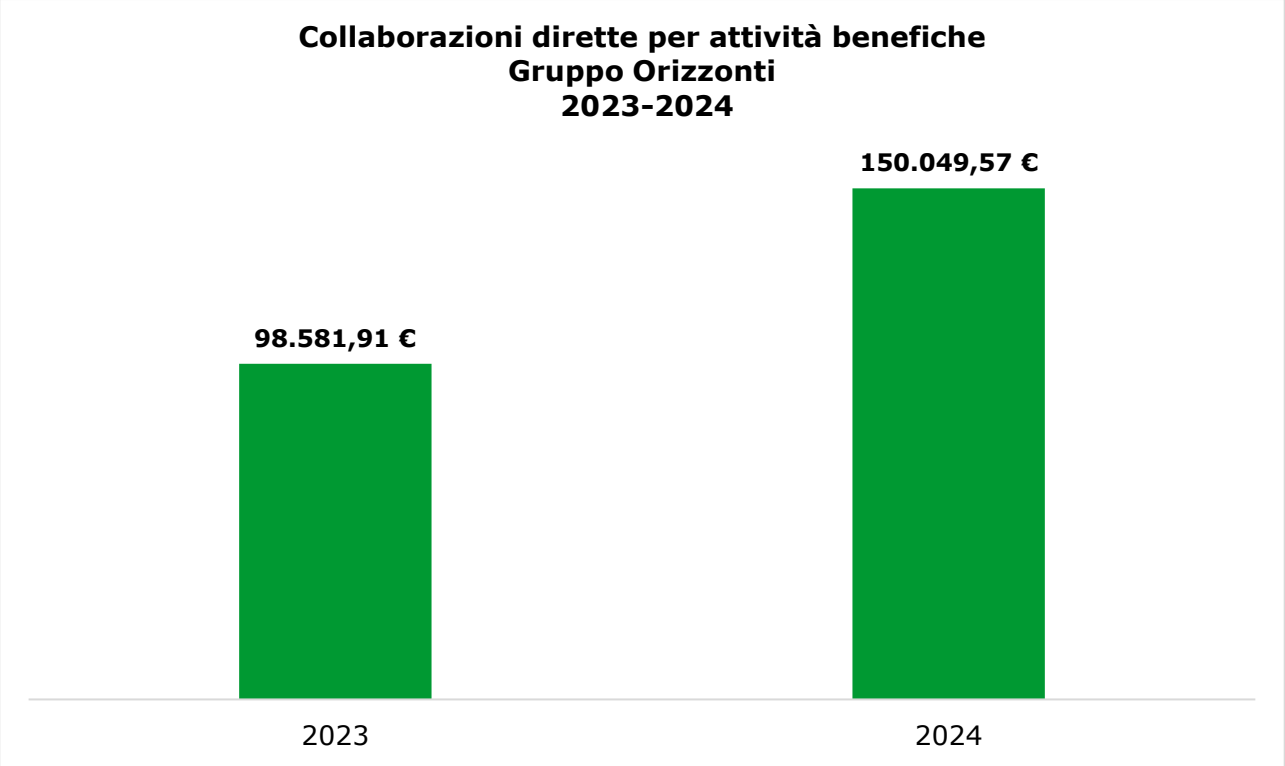
3.2 ESRS S3: Comunità interessate

3.2.1 Il nostro impegno sociale

Il Gruppo Orizzonti coltiva da anni un **legame solido e radicato** con i territori in cui opera. Una relazione che si esprime attraverso una pluralità di iniziative mirate a **generare valore condiviso**, contribuendo allo **sviluppo sociale**, **culturale ed economico delle comunità locali**: l'attenzione del Gruppo si traduce tanto nel sostegno a iniziative di carattere **sociale e solidaristico**, quanto nella valorizzazione delle **tradizioni territoriali** e nella promozione dell'**occupazione locale**, in particolare attraverso l'inserimento lavorativo di giovani e professionisti del territorio (si veda cap. 3.1 "*Forza lavoro propria*").

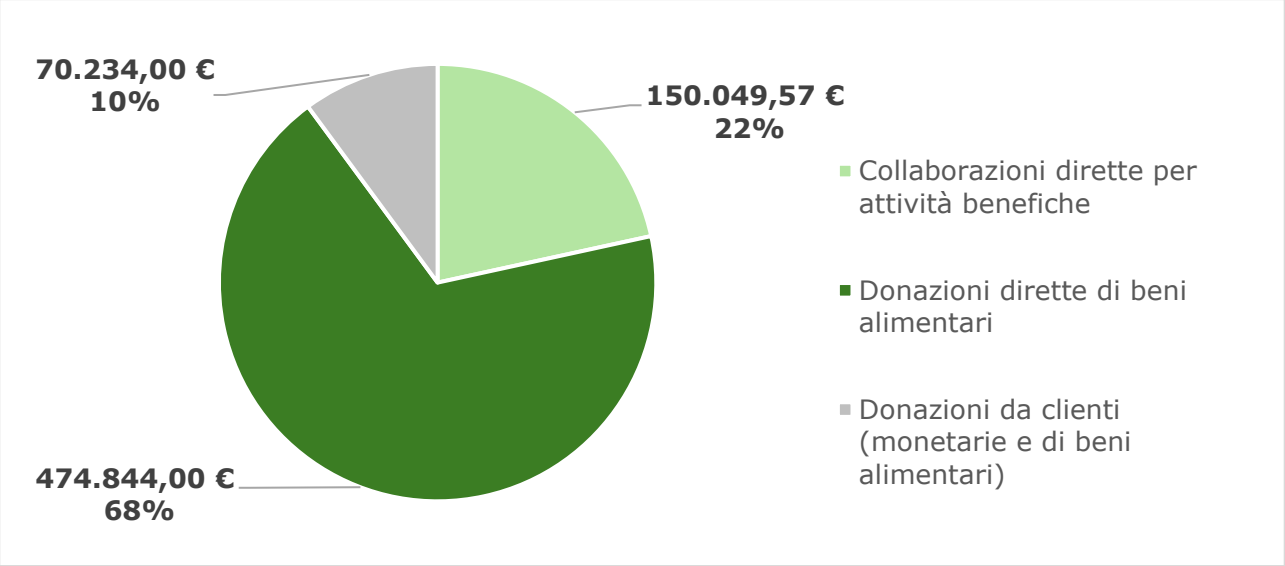
A questi interventi si affianca un'attività strutturata di donazioni, ispirata da **una visione d'impresa radicata nella responsabilità** verso i contesti in cui l'organizzazione è presente e operativa.

Nel complesso, nel 2024 il Gruppo Orizzonti ha direttamente donato una somma pari a **150.049,57 euro**. Il confronto fra le due annate sottolinea la sempre maggiore attenzione verso la solidarietà: le collaborazioni dirette per attività benefiche con enti di cura e ricerca scientifica, istituti scolastici, associazioni sportive dilettantistiche e associazioni culturali sono passate, infatti, da poco più di 98 mila euro complessivi nel 2023 a poco più di 150 mila nel 2024, con un **incremento del 52,21%**.



La maggior parte delle somme erogate nel biennio (tra l'85% e il 90% circa) è stata destinata a favore delle iniziative **Noi amiamo lo sport** e **Noi amiamo la scuola**. (per approfondimenti si rimanda al Box *A sostegno di una cittadinanza più consapevole: sport, legalità, educazione*).

A questo importo, si devono sommare 474.844 euro di beni alimentari donati a enti locali e ulteriori 70.234 euro grazie al supporto dei clienti delle insegne di GDA S.p.A. (si rimanda al paragrafo *"Solidarietà e lotta allo spreco alimentare, un impegno congiunto"* del presente capitolo).



Crescere, insieme: l'impatto sull'occupazione e sullo sviluppo locale

Il Gruppo contribuisce in modo significativo allo **sviluppo economico e occupazionale** dei territori in cui opera, promuovendo in via prioritaria **l'assunzione di personale locale**. Accanto alle risorse direttamente assunte, l'attività del Gruppo genera **effetti occupazionali indiretti rilevanti** lungo la catena del valore. Ne sono esempi le persone impiegate nei servizi collegati ai punti vendita (logistica, pulizie, manutenzione, vigilanza, trasporti) e nelle attività di realizzazione e allestimento delle strutture commerciali (opere edili, impiantistica, arredi), che beneficiano anch'esse della presenza e dello sviluppo dell'organizzazione sul territorio.

Nel solco dell'impegno già avviato a favore delle comunità locali, il Gruppo intende continuare a rafforzare il proprio ruolo sociale, ampliando le collaborazioni esistenti e sviluppando nuove iniziative a impatto territoriale. Tra i progetti in fase di attivazione, è previsto l'avvio di un programma strutturato di **alternanza scuola-lavoro**, in collaborazione con istituti scolastici del territorio. L'obiettivo è favorire l'incontro tra formazione e mondo del lavoro, offrendo agli studenti **opportunità concrete di apprendimento sul campo**, guardando alle nuove generazioni e al loro futuro professionale.

A sostegno di una cittadinanza più consapevole: sport, legalità, educazione

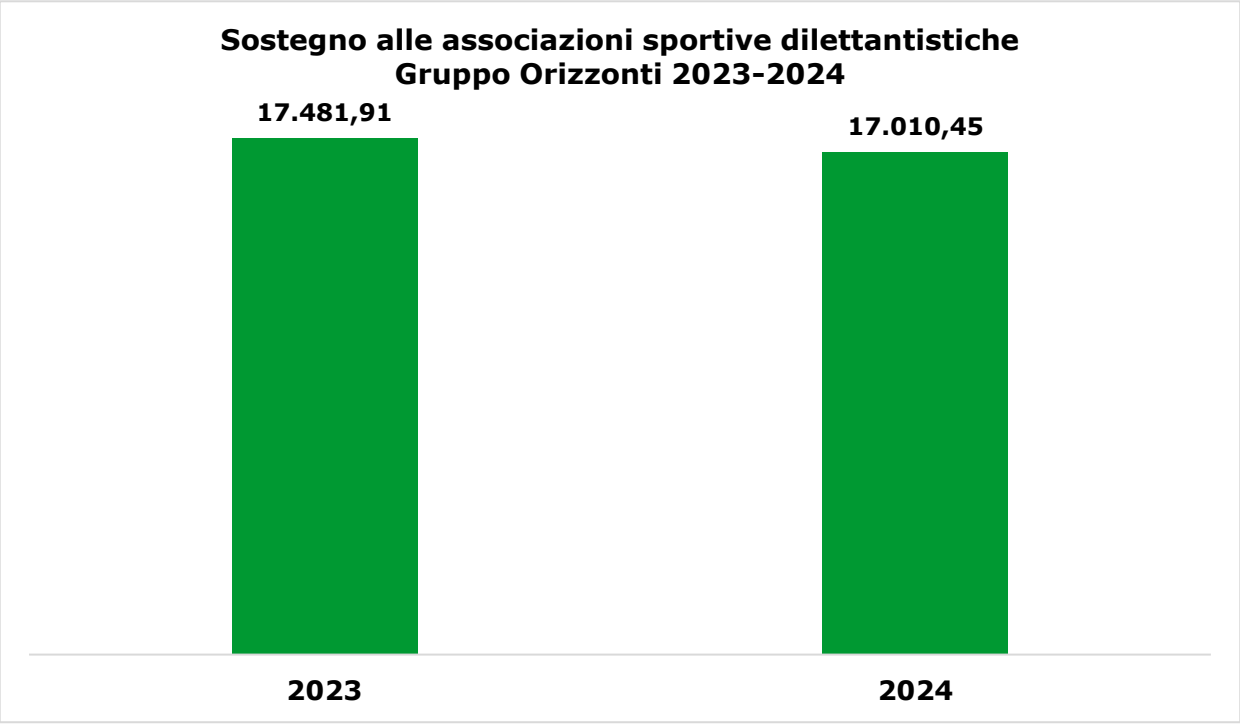
Nel corso del 2023 e del 2024, tramite GDA S.p.A., il Gruppo ha rafforzato in modo significativo l'impegno verso le comunità locali, grazie a un articolato programma di iniziative volte a promuovere **lo sport, la cultura della legalità e il supporto al sistema educativo**. Queste azioni riflettono una visione che riconosce il ruolo sociale dell'organizzazione nei territori in cui opera e sceglie di **investire risorse, tempo e attenzione** nella costruzione di legami duraturi con le persone e le istituzioni locali.

In ambito sportivo, l'azienda ha scelto di concentrare i propri sforzi – anche mediante donazione di merce – sul sostegno agli *sport minori*, in particolare sulla **corsa podistica**, riconoscendovi una modalità di accesso allo sport **inclusiva, accessibile e trasversale,** valori in linea con il marchio aziendale **Pick Up**. In termini di inclusività, in particolare, la corsa si distingue per la capacità di coinvolgere fasce di popolazione molto eterogenee, senza vincoli di età o condizione socioeconomica. Rappresenta un'occasione per promuovere **stili di vita sani** e temi legati alla prevenzione e alla disabilità, aspetti sempre valorizzati durante gli eventi sostenuti.

GDA S.p.A. ha assunto il ruolo di **main sponsor** in diverse manifestazioni podistiche di rilevanza territoriale, collaborando con associazioni locali con cui ha costruito relazioni consolidate nel tempo. Tra queste:

- **ASD Salerno**, organizzatrice della "*Salerno Corre*", una delle più importanti competizioni podistiche del Sud Italia, giunta alla nona edizione nel 2024. L'evento ha coinvolto **oltre 1.600 tesserati e migliaia di cittadini,** appassionati e curiosi, che rappresentano una vetrina di visibilità e coesione per tutto il territorio salernitano. Il contributo economico di GDA S.p.A. per l'evento 2023 è stato pari a **11.681,32 euro**.
- **ASD Polla**, prima realtà sportiva con cui è nata la collaborazione nel mondo della corsa. La gara podistica organizzata a Polla (Salerno) è particolarmente significativa per GDA S.p.A., poiché si svolge nel territorio in cui è situata la sede principale del Gruppo. L'azienda ha sostenuto l'evento anche logisticamente, ospitando presso i propri spazi la conferenza stampa ufficiale. L'iniziativa ha visto la partecipazione di **oltre 600 tesserati e centinaia di appassionati** nel 2023 (quindicesima edizione) e 2024 (sedicesima edizione), con una donazione complessiva pari a **5.329,13 euro**.
- **ASD Potenza**, con cui è stato riattivato un evento di corsa podistica, dopo la sua sospensione a causa dalla pandemia. Grazie al sostegno di GDA S.p.A. come sponsor principale, è stato possibile rilanciare l'iniziativa nel 2023, accogliendo **oltre 100 iscritti e numerosi bambini** in attività collaterali.

- **ASD Sala Consilina** (Salerno), che ha ripreso nel 2023 l'organizzazione di una manifestazione podistica interrotta da anni, coinvolgendo **circa 200 partecipanti** e ottenendo il supporto diretto dell'azienda.



In tutti questi casi, il contributo di GDA S.p.A. è stato articolato e concreto: non solo donazioni in denaro o in beni, ma anche supporto alla **comunicazione e promozione degli eventi**, attraverso i propri canali e strumenti aziendali, amplificando così la visibilità e l'impatto delle iniziative sul territorio.

Inoltre, a partire dal biennio 2018-2019, GDA S.p.A. aderisce tramite le insegne **Futura e Pick Up** a due iniziative promosse dalla centrale d'acquisto **Gruppo VéGé**, mirate a sostenere lo sviluppo dello sport e della scuola, **Noi amiamo lo sport** e **Noi amiamo la scuola**.

BOX: Educazione e sport: il futuro di un Paese

Se l'istruzione apre la mente e aiuta a sviluppare il pensiero critico, lo sport rafforza il carattere e consolida qualità importanti per le cittadine e i cittadini di domani, come il rispetto delle regole, lo spirito di squadra e il fair play. Per questo, il Gruppo Orizzonti dedica particolare attenzione a questi aspetti sostenendo due importanti iniziative in questi ambiti, realizzate con il supporto di Gruppo VéGé, di cui GDA S.p.A. è socia: **Noi amiamo lo sport** e **Noi amiamo la scuola**.

Entrambe le iniziative si fondano sulla **donazione di gift card finanziate dagli acquisti dei clienti**, che ricevono un QR code da associare, tramite un'App dedicata, all'associazione o scuola di loro scelta per ogni 15 euro di spesa o per l'acquisto di prodotti specifici.

Le preferenze espresse dai clienti vengono successivamente sommate, e i destinatari vengono classificati in base al numero di preferenze ricevute.

I primi classificati nella graduatoria finale sono premiati con buoni acquisto, in proporzione al numero di preferenze ottenute, che possono essere utilizzati per acquistare materiali sportivi per le associazioni dilettantistiche o materiali didattici per le scuole.

In particolare, l''iniziativa **Noi amiamo lo sport** punta sostenere l'attività fisica per tutte e tutti i giovani ragazzi, erogando alle società sportive dilettantistiche carte regalo con cui acquistare materiale presso i negozi Decathlon.
In questo caso, le associazioni ricevono un numero di **gift card, in tagli da 300 o 600 euro**, basato sulle preferenze ricevute dai clienti che hanno effettuato acquisti preso le aziende sponsor e per ogni 15 euro di spesa effettuata presso i nostri punti vendita. Per il 2025 sono già iscritte al programma **oltre 3.700 associazioni** su tutto il territorio nazionale.

Invece, all'iniziativa **Noi amiamo la scuola** possono aderire istituti comprensivi, scuole statali e paritarie di primo e secondo grado, asili nido e paritarie, presenti sul territorio italiano e della Repubblica di San Marino. In base alle preferenze ricevute, gli istituti ricevono **buoni digitali del valore di 500 e 700 euro**, spendibili per l'acquisto di materiali scolastici ed educativi.

Giunta alla terza edizione, nel 2024 **Noi amiamo lo sport** ha coinvolto **circa l'8%** di tutte le associazioni sportive dilettantistiche (ASD) in Italia, **oltre 4.650**, e ha interessato **35 insegne** per un totale di **2.116 punti vendita** aderenti, raccogliendo nel complesso circa **1,3 milioni di euro** nel 2024 e **oltre 2,6 milioni** nel biennio 2023-2024.

Il contributo di GDA S.p.A. è stato pari a **101.100,00 euro nel biennio**, risultanti da un montepremi convalidato di 48.6000,00 euro nel 2023 e 52.500,00 nel 2024. Nel primo anno sono state convalidate 138 card, mentre nel secondo **148**.

Con **Noi amiamo la scuola**, GDA S.p.A. ha contribuito a migliorare le dotazioni e le condizioni di apprendimento negli istituti partecipanti, fornendo buoni per l'acquisto di materiale didattico per un montepremi convalidato pari ad **euro 98.200,00**. Di questi, 32.500,00 sono stati donati nel 2023 grazie all'erogazione di **54 card, mentre 65.700,00** sono stati devoluti nel 2024 a fronte di **127 card**: un forte aumento tra i due anni, che testimonia il crescente successo dell'iniziativa.

Rinnovato per otto anni di seguito, a livello nazionale il progetto coinvolge le scuole della Rete ITASF (rete di scuole facente parte del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca). A fine attività, in base ad una classifica per insegna, **le prime 12 scuole classificate** hanno ricevuto un maxi-coupon dal valore di **5.000 euro**.

Un ulteriore segno tangibile dell'impegno sportivo-sociale dell'azienda si è manifestato nella partecipazione alla **Giornata della Legalità**, organizzata il 12 ottobre 2024 a Potenza dalle Forze dell'Ordine del territorio in collaborazione con la Nazionale Attori. In questo caso, l'iniziativa si è concretizzata in una **partita di calcio** con finalità benefiche, a favore dell'associazione per bambini con sindrome di Down di Venosa (Potenza).

GDA S.p.A. ha partecipato in qualità di **main sponsor**, contribuendo con un'erogazione liberale di **4.000 euro** e curando la campagna di comunicazione integrata all'evento, che ha ricevuto visibilità attraverso le reti locali e momenti istituzionali come la conferenza stampa.

Queste iniziative rappresentano un insieme coerente di azioni ad alto valore sociale, che confermano il radicamento territoriale di GDA S.p.A. e il suo impegno continuativo nel promuovere coesione, inclusione, salute e cultura.

Sostegno alle tradizioni locali: Patrocinio alla Festa Patronale di San Gerardo

GDA S.p.A. ha patrocinato l'iniziativa più significativa del territorio di Potenza, la Festa Patronale di San Gerardo, che si è tenuta dal 26 al 29 maggio 2024. In questa occasione, sono state supportate le diverse attività organizzate durante le giornate della festa, contribuendo con una donazione di prodotti alimentari (tra cui salame, formaggio, carne, pane e vino) per un valore totale di **12.236,12 euro**. La partecipazione è stata rivolta in particolare all'iniziativa "Pranzo con i Portatori", un evento tradizionale che coinvolge la comunità locale e celebra il legame con la figura del Santo Patrono.

La festa patronale di San Gerardo, uno degli eventi più sentiti e attesi a Potenza, rappresenta una tradizione di grande valore culturale e sociale per la città, con celebrazioni religiose, eventi folkloristici e momenti di aggregazione che coinvolgono tutta la comunità. Il contributo riflette l'impegno di GDA S.p.A. a sostegno delle tradizioni locali e della cultura del territorio.

La solidarietà sociale e il sostegno alla comunità, uniti per migliorare

GDA S.p.A. promuove con continuità iniziative di solidarietà a beneficio non solo delle comunità locali ma anche di tutta la collettività, sostenendo cause sociali di rilievo nazionale e contribuendo alla lotta allo **spreco alimentare** ed alla **povertà**. L'impegno del Gruppo si traduce in collaborazioni con enti e associazioni riconosciute, attive nei campi della ricerca scientifica, dell'assistenza e dell'inclusione sociale.

Nel 2024 GDA S.p.A. ha rafforzato il sostegno a campagne benefiche promosse da enti di ricerca e organizzazioni non profit, in particolare nel campo della salute pubblica e della ricerca medica. Tra le collaborazioni più significative figura quella con la **Fondazione Umberto Veronesi**.

La partnership si declina nelle iniziative che la Fondazione promuove in esclusiva con **Citrus – l'Orto Italiano**, società benefit con sede a Cesena che si occupa di valorizzare varietà ortofrutticole italiane, anche minori o tradizionali, con filiera controllata e agroalimentare di qualità.

Nell'anno in esame, il Gruppo ha partecipato a due campagne finalizzate al finanziamento della ricerca oncologica: la campagna dei **Limoni per la Ricerca** a favore della ricerca nutrigenomica, sostenuta con una donazione di **1.000 euro (a fronte di 5.000 retine vendute)**, e quella dei **Broccoli per la Ricerca** (per apprendimenti si rimanda al box sottostante), a supporto invece degli studi sui tumori maschili, con un contributo di **440 euro (a fronte di 1.100 confezioni di broccoli venduti)**, che vanno ad aggiungersi ai proventi ricavati dalla vendita dei prodotti al consumatore finale.

BOX: Basta un limone (o un broccolo) per aiutare la ricerca

Anche nel 2023 e 2024 GDA S.p.A. non ha mancato di unirsi al team di insegne del Gruppo VéGé che hanno aderito a **Limoni per la Ricerca**, progetto della **Fondazione Umberto Veronesi** in partnership con **Citrus**. Un progetto che si pone due obiettivi: da un lato **divulgare i benefici nutrizionali del limone** e, dall'altro, raccogliere fondi a sostegno della ricerca scientifica nell'ambito della **nutrigenomica**. Questa disciplina studia **il rapporto tra genoma e dieta**, una relazione di cui sta crescendo l'importanza negli ultimi anni, man mano che diventiamo sempre più consapevoli di come **ciò che mangiamo influenzi il nostro DNA e la nostra salute**, persino nei nascituri.

La campagna consiste nella vendita di **speciali retine** acquistabili nei punti vendita aderenti (6 le insegne del Gruppo VéGé che hanno partecipato). Per ogni retina, parte del ricavato viene devoluta alla ricerca. **Quasi cinquantamila** le retine acquistate nel biennio, delle quali 27.648 nel 2023 e 21.348 l'anno successivo. Nei due anni, l'insieme delle insegne partecipanti ha donato per un valore economico pari a **19.594 euro**. La campagna su tutte le insegne della GDO aderenti ha consentito di finanziare 10 ricercatori.

In modo simile, la campagna **I Broccoli per la Ricerca** consiste in una raccolta fondi effettuata tramite la vendita di speciali confezioni di broccoli, per le quali una parte del ricavato viene devoluto alla ricerca. In questo caso, l'impegno è a favore del sostegno agli **studi sui tumori maschili** e ha coinvolto **41 insegne della GDO**, finanziando **4 borse di ricerca** nell'ambito della ricerca oncologica maschile.

In parallelo, GDA S.p.A. ha affiancato l'**Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro (AIRC)**, attraverso un'erogazione liberale di **1.136,50 euro** a favore dei progetti promossi. Le attività si sono svolte con il coinvolgimento diretto dei punti vendita a marchio **IperFutura** e **Pick Up**, stimolando la partecipazione dei clienti e diffondendo una cultura di consapevolezza e solidarietà. L'azienda ha inoltre contribuito, con modalità analoghe, alla raccolta fondi promossa da **Telethon** a sostegno della ricerca scientifica sulle malattie genetiche rare.

Solidarietà e lotta allo spreco alimentare, un impegno congiunto

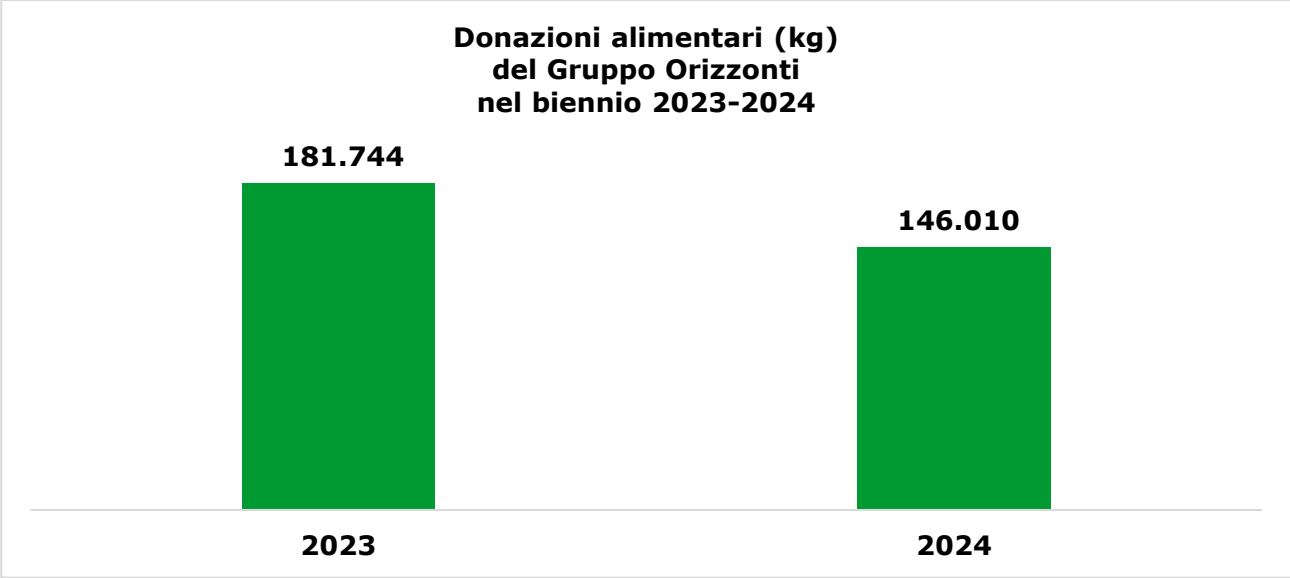
Un ulteriore fronte di impegno sociale è rappresentato dalla collaborazione con **Banco Alimentare**, attiva in forma continuativa **dal 2018-2019**. GDA S.p.A. partecipa ogni anno alla **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, mettendo a disposizione di volontari e associazioni la totalità dei propri punti vendita per la raccolta di generi alimentari a lunga conservazione (pasta, riso, biscotti, pelati, olio). L'iniziativa invita i clienti a donare i prodotti acquistati, deponendoli in carrelli presidiati dai volontari all'uscita dei supermercati. Pur non disponendo di dati diretti sul volume delle derrate raccolte, il forte riscontro dei consumatori suggerisce un grande successo per l'iniziativa, che è stata infatti rinnovata in **tutti gli store GDA S.p.A.** sia nel 2023 sia nel 2024.

Nel 2024, grazie alla collaborazione con il Banco Alimentare, sono stati coinvolti **42 punti vendita**, che hanno donato **18.440 kg** di cibo, per un valore di **65.234 euro**. Nell'anno precedente, sempre grazie a questa partnership, i punti vendita coinvolti erano stati 46, con una donazione di 17.584 kg di cibo, pari a un valore di 68.299 euro.

Nel quadro delle azioni a favore delle comunità locali, il Gruppo Orizzonti ha attivato una **procedura strutturata per la donazione dei prodotti** che, pur non essendo più conformi agli elevati standard di freschezza definiti dall'azienda, sono ancora pienamente consumabili perché non hanno superato la data di scadenza. Questi prodotti, dunque, vengono rimossi dalla vendita e destinati a organizzazioni non profit e **ONLUS locali** impegnate nella lotta contro lo spreco alimentare e la povertà.

Nel biennio 2023-2024, nel complesso sono stati **donati 327.755 kg di prodotti, non solo alimentari**: le donazioni hanno spaziato dalla carne, l'ortofrutta o le bevande fino ai prodotti per gli animali o per la cura della persona e della casa.

Nel 2023 sono stati **donati 181.744 kg di prodotti mentre, nel 2024, all'incirca 146.000 kg** corrispondenti ad un valore economico pari ad **euro 474.844**. La diminuzione dei chilogrammi di cibo donati tra il 2024 e il 2023 è principalmente attribuibile a una maggiore efficienza nel ciclo di gestione, che ha permesso di ridurre la quantità di prodotti che, giunti al termine del loro ciclo commerciale, sono rimasti invenduti.



Nel 2024, la maggior parte dei prodotti donati (59,55%) appartiene alla **categoria ortofrutticola**, a cui seguono i **formaggi e derivati** (11,87%).

Il processo di donazione è regolato da criteri di trasparenza, tracciabilità e affidabilità: le collaborazioni con associazioni benefiche sono frutto di **rapporti consolidati nel tempo** e attivate solo dopo un'attenta fase di **verifica documentale e valutazione dell'ente proponente**. Qualora un'organizzazione non risulti in regola con i requisiti richiesti, la convenzione non viene stipulata. In questo modo, il Gruppo garantisce che le eccedenze alimentari siano gestite in modo responsabile e affidabile, generando valore sociale e riducendo al contempo lo spreco.

3.3 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali

3.3.1 Una questione di fiducia: la centralità del cliente come visione strategica

La relazione con i consumatori è disciplinata da un quadro di **policy e procedure** che presidiano numerosi aspetti: il documento di riferimento in quest'ambito è il **Codice Etico e di Condotta di Gruppo**.

BOX: Dal Codice Etico: La responsabilità del Gruppo Orizzonti a tutela del cliente

"È fatto obbligo al personale delle Società del Gruppo e a tutti i Destinatari del Modello di:

- *rispettare le procedure interne per la gestione dei rapporti con la clientela;*
- *offrire, con efficienza e cortesia e nel rispetto delle previsioni contrattuali, servizi di qualità che soddisfino o superino le ragionevoli aspettative e necessità dei clienti;*
- *fornire alla clientela, con efficienza e cortesia, accurate ed esaurienti informazioni concernenti le condizioni e l'oggetto delle diverse offerte;*
- *offrire comunicazioni pubblicitarie o di altro genere veritiere e corrette;*
- *dare riscontro ai suggerimenti e ai reclami da parte dei clienti avvalendosi di sistemi di comunicazione idonei e tempestivi."*

In particolare, **GDA S.p.A.**, come azienda di distribuzione **multibrand e multicanale,** adotta scelte differenziate per insegna, calibrando servizi, politiche di prezzo e strumenti di interazione in funzione delle **abitudini, bisogni e occasioni di consumo** dei diversi segmenti di clientela.

In questa prospettiva, la **Di Carlo S.r.l.**, azienda attiva nella produzione di oli confezionati di oliva e di semi e nella selezione e sviluppo di linee di prodotti tipici della dieta mediterranea (pasta, conserve, condimenti), si configura come attore chiave nella relazione con il consumatore finale, con un **rapporto diretto, gestito internamente dalle funzioni di vendita e marketing**, focalizzato su **qualità, sicurezza alimentare, tracciabilità e trasparenza**.

3.3.2 Il consumatore al centro

BOX: Dal Codice Etico: i principi fondamentali che ispirano il nostro rapporto con il cliente

"Il Gruppo Orizzonti persegue l'obiettivo di soddisfare i propri clienti fornendo loro prodotti e servizi di qualità, nel pieno rispetto delle norme e dei regolamenti applicabili al mercato in cui opera."

I servizi di GDA S.p.A.: creare valore aggiunto

Per accrescere la soddisfazione e la preferenza dei propri clienti, la società GDA S.p.A.[10] opera su **tre principali dimensioni di valore**: il vantaggio economico, l'ottimizzazione del tempo e l'efficacia complessiva dell'esperienza di acquisto.

Le dimensioni attraverso cui GDA S.p.A. crea valore aggiunto per il proprio consumatore:

- convenienza nella spesa
- ottimizzazione del tempo dedicato alla spesa
- miglioramento dell'esperienza di acquisto

Sul **piano economico,** GDA S.p.A. adotta una strategia articolata che include **iniziative promozionali** dedicate, **sconti dedicati** per i clienti fidelizzati e **programmi di loyalty** strutturati, che prevedono l'erogazione di buoni spesa, omaggi o premi in corrispondenza del raggiungimento di soglie di acquisto predeterminate.
La selezione dei prodotti promozionati è definita con l'obiettivo di rispondere in modo mirato alle **esigenze dei consumatori**, proponendo articoli di maggior interesse nei momenti di più alta richiesta. Il **costante monitoraggio dei prezzi di mercato** rappresenta un elemento strategico per garantire convenienza quotidiana, costruendo un posizionamento competitivo stabile. Nelle insegne a modello **Every Day Low Prices (EDLP)** la leva promozionale viene utilizzata per assicurare vantaggi costanti; mentre, nelle insegne a modello **High-Low (HL),** si ricerca un equilibrio dinamico tra prezzo e condizioni di mercato.

Questi strumenti sono pensati per rafforzare la **tutela economica del consumatore**, incentivare comportamenti di **fidelizzazione** e garantire un **accesso più equo** ai beni di consumo quotidiano.

Per quanto riguarda il **valore legato al tempo**, GDA S.p.A. implementa soluzioni volte a semplificare e rendere più efficiente il processo di spesa. Tra queste rientrano il servizio di **consegna a domicilio** e una serie di **strumenti digitali** che permettono di consultare offerte e promozioni attraverso canali come App, social media e WhatsApp, favorendo un'interazione immediata e diretta con le insegne. A ciò si aggiunge l'introduzione delle **casse self-service**, l'adozione di **sistemi di pagamento digitale**, come Satispay, e la disponibilità di **orari di apertura estesi e flessibili**, spesso continuativi anche nella fascia oraria della pausa pranzo.

[10] Nel presente Bilancio di Sostenibilità, le informazioni relative ai servizi al consumatore fanno esclusivamente riferimento a GDA, in quanto unica società del Gruppo Orizzonti ad avere una capillarità sul territorio attraverso la gestione dei suoi punti vendita e, quindi, ad avere un'interazione quotidiana e strutturata con il consumatore finale. Le altre società del Gruppo svolgono attività caratterizzate da modelli di business differenti, per le quali non è previsto lo sviluppo di servizi al consumatore finale.

Ulteriori servizi a valore aggiunto sono presenti nei reparti freschi, come gastronomia, pasticceria e pescheria, dove il cliente ha la possibilità di effettuare ordini personalizzati, comprese preparazioni su richiesta e menù su misura.

Infine, in un'ottica di **arricchimento dell'esperienza d'acquisto**, GDA S.p.A. propone una modalità di spesa che consente di soddisfare più bisogni in un'unica visita. A titolo esemplificativo, è possibile prenotare **libri scolastici** direttamente nel punto vendita, usufruendo di vantaggi aggiuntivi, come un buono spesa del 15% sul valore dei libri acquistati, esclusivamente per i titolari di Premiaty Card, che può essere speso in tutti i reparti, inclusi i prodotti in promozione.

Inoltre, GDA S.p.A. offre il servizio **Amazon Locker** per il ritiro di pacchi acquistati online o, ancora, **ricaricare il proprio veicolo elettrico** grazie alle colonnine di ricarica presenti in alcuni. Quest'ultimo servizio rappresenta un valore aggiunto sia in termini di comodità per il cliente, sia come contributo concreto agli obiettivi di sostenibilità ambientale.

Tutti i servizi offerti vengono progettati e introdotti nel pieno **rispetto dell'identità di ciascuna insegna,** e, quindi, del suo **posizionamento distintivo** percepito dalla clientela. Questa coerenza consente di rispondere in modo mirato, pertinente e differenziato alle aspettative dei consumatori, **valorizzando le specificità di ciascun marchio** e rafforzando il legame di fiducia con i diversi segmenti di pubblico.

AI e robotica per migliorare il servizio al cliente

Per il Gruppo Orizzonti la centralità del rapporto con il cliente è oggetto di continua attenzione e costante impegno, con l'obiettivo di rafforzarne ulteriormente la fiducia verso le nostre insegne.

GDA S.p.A., in particolare, ha come focus principale il cliente e lo asseconda nei suoi bisogni in real-time con tutti gli strumenti tecnologici e di marketing conosciuti.

Una delle più evidenti espressioni di tale approccio, è l'utilizzo del sistema **Mike Process Master®**, che ha avuto prime applicazioni in azienda fin dal 2018, ed oggi è in uso nelle principali strutture di vendita di GDA.
Mike, come comunemente chiamato dalle risorse aziendali, è un **sistema robotico dotato di intelligenza artificiale**, altamente innovativo, che si inserisce nel processo logistico distributivo del punto vendita, affiancando gli operatori, con informazioni in real time sullo stato degli scaffali e del punto vendita, garantendo quindi un'azione tempestiva e un progressivo miglioramento del servizio al cliente.

In diverse strutture IperFutura, Talento e ConvieneXXL è possibile vedere all'opera Mike, anche durante l'orario di apertura al pubblico, mentre svolge le sue attività, che hanno lo scopo di raccogliere informazioni oggettive dirette ad:

- analizzare, in tempo reale, l'efficacia dei processi operativi di store;
- qualificare il lavoro degli addetti vendita, che possono così dedicare meno tempo al controllo e più tempo ai clienti;
- ottimizzare l'esperienza del cliente all'interno dello store, con una più efficace ed efficiente esposizione a scaffale.

Tale approccio verso l'innovazione è confermato quale obiettivo strategico anche per il prossimo futuro e, con riferimento particolare alla relazione diretta azienda-cliente. In tale ambito, sarà promosso lo sviluppo di servizi sempre più innovativi, sviluppati grazie al contributo diretto dei clienti, coinvolti tramite survey dedicate per identificare le reali esigenze del mercato.

Qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità: i presidi in GDA S.p.A. e Di Carlo S.r.l.

Nell'ambito del Gruppo Orizzonti, le tematiche relative alla qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità vengono declinate nelle diverse società controllate secondo le specifiche caratteristiche operative di ciascuna. L'approccio condiviso si fonda su un obiettivo comune: **tutelare la salute del consumatore**, migliorando l'esperienza complessiva di acquisto e contribuendo in modo concreto al rafforzamento della sostenibilità ambientale, della responsabilità sociale e dell'efficacia della governance aziendale.

In questo contesto, la società **GDA S.p.A.** adotta un sistema strutturato per la gestione della sicurezza alimentare, basato sull'utilizzo di **manuali HACCP** (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) dedicati per ciascun punto vendita, corredati da relativi organigrammi rappresentanti le risorse aziendali deputate e formate alla gestione del processo. L'HACCP è un sistema preventivo che consente di **identificare, analizzare e monitorare i potenziali rischi legati alla sicurezza degli alimenti** lungo tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla distribuzione, garantendo il presidio dei punti critici di controllo e la mitigazione dei pericoli di contaminazione.

A supporto del sistema, sono attivi **controlli puntuali in fase di accettazione merci presso il Centro di Distribuzione, e lungo la filiera logistica fino al punto vendita**, che includono la verifica della shelf life, dell'integrità delle confezioni e della coerenza tra lotti e documentazione di accompagnamento. Inoltre, dal 2017, GDA S.p.A. ha introdotto la procedura del "**Product Check-In**", con l'obiettivo di rafforzare i controlli e massimizzare il livello di servizio al cliente. Questa procedura si concentra sulla verifica accurata della merce che arriva sugli scaffali dei punti vendita, garantendo che ogni prodotto soddisfi gli **standard di qualità richiesti**. La regola adottata prevede il respingimento della merce che non garantisce almeno l'80% della vita utile del prodotto al momento della consegna, nonché la totale conformità del packaging e delle caratteristiche delle fasi precedenti alla consegna.

Per le categorie di **prodotto secco e fresco**, il magazzino è dotato di **figure professionali dedicate** al **controllo qualità**, con il compito di effettuare verifiche quotidiane. In presenza di anomalie o difformità rispetto agli standard previsti, la merce viene respinta.

Anche **nei punti vendita viene garantita un'attenta attività di controllo al momento della ricezione dei prodotti.** In particolare, l'addetto allo scarico merci verifica che i prodotti non abbiano subito alterazioni durante il trasporto e che i prodotti freschi abbiano mantenuto la corretta temperatura. Qualora vengano rilevate difformità, viene attivato un flusso di segnalazione diretto al Gruppo Qualità GDA S.p.A., che gestisce il processo attraverso **procedure correttive formalizzate**. Ulteriori controlli riguardano l'integrità degli imballi e il monitoraggio della catena del freddo, in particolare per i prodotti surgelati.

Anche in questi casi, eventuali non conformità vengono prontamente segnalate e affrontate attraverso **azioni correttive**, in un'ottica di miglioramento continuo e tutela del consumatore finale.

Anche le **attività di pulizia** vengono gestite con la massima attenzione, attraverso l'applicazione di capitolati tecnici e procedure dedicate, che pongono particolare enfasi sui **reparti serviti** e sull'utilizzo esclusivo di detergenti conformi, corredati da schede tecniche archiviate all'interno del manuale HACCP di ciascun punto vendita.

Per rafforzare ulteriormente il presidio qualitativo, **l'Ufficio legale, sicurezza e qualità di GDA S.p.A. effettua audit a campione nei punti vendita**, finalizzati a verificare l'effettiva applicazione delle procedure aziendali e il rispetto delle normative vigenti in materia di igiene e sicurezza alimentare.

In caso di richiamo effettivo di un prodotto dal mercato, l'azienda è tenuta a informare l'**Organismo di Certificazione** competente entro un termine massimo di tre giorni, nel rispetto delle disposizioni previste dal sistema di gestione e dalle normative di riferimento.

In particolare, quando un prodotto viene richiamato direttamente dal fornitore, la società provvede al **ritiro immediato** dello stesso dagli scaffali e attiva un **protocollo informativo rivolto alla clientela**. In tali circostanze, viene esposto un avviso presso il punto vendita per informare i consumatori in modo chiaro e tempestivo, invitando il cliente che ha già acquistato il prodotto a riconsegnarlo presso il punto vendita, a tutela della propria sicurezza e in ottemperanza alle procedure di richiamo previste.

Inoltre, in linea con il proprio ruolo di distributore, GDA S.p.A. assicura che tutte le **etichette** riportino in modo corretto e completo gli allergeni e le informazioni obbligatorie per legge. Nei reparti freschi, è sempre disponibile un **libro ingredienti** consultabile direttamente in punto vendita, a garanzia della massima trasparenza per il consumatore.
Anche la **società Di Carlo S.r.l.** presidia in modo strutturato e rigoroso tutte le attività connesse alla sicurezza alimentare, all'etichettatura, alla tracciabilità e alla gestione delle non conformità e dei richiami, adattando tali processi alle proprie specificità produttive e organizzative.

I controlli partono dal momento della ricezione dell'olio, attraverso una fase di **prelievo di campioni del prodotto**, sottoposti sia ad **analisi interne** sia a **verifiche affidate a laboratori esterni accreditati**. A supporto della classificazione del prodotto, Di Carlo S.r.l. si avvale inoltre di un **panel test interno**, in grado di garantire un'ulteriore **validazione sensoriale del profilo dell'olio**.

Una volta superato questo primo step, le attività **legate all'imbottigliamento dell'olio** risultano presidiati in ogni momento, a partire dallo **stoccaggio** del prodotto in silos identificati (CIS), passando per la sua **miscelazione** (*blending*), accompagnata da altri **campionamenti** e analisi dell'acidità, fino alle operazioni di **filtrazione**, effettuate mediante farine fossili o processi di **brillantatura**.

Seguono le attività di **confezionamento** e **imbottigliamento**, con controlli a campione su lotto e data di scadenza, la fase di **etichettatura** e stampa, l'imballaggio, l'immagazzinamento e, infine, la **spedizione**. Tra gli elementi centrali di questo sistema di controllo si segnala, in particolare, **l'approvazione delle etichette master da parte del Responsabile di Produzione**, che ne cura l'archiviazione e ne verifica la conformità in fase di accettazione, attraverso l'utilizzo del modulo CAE (Controllo Accettazione Etichette).

Qualora vengano riscontrate difformità, viene attivata una segnalazione di non conformità e avviato il relativo processo di gestione.

In materia di rintracciabilità, ritiro e richiamo, Di Carlo S.r.l. ha definito procedure puntuali che vengono attivate a fronte di reclami o esiti negativi dei controlli qualità. La **tracciabilità dei lotti** è garantita da un sistema gestionale integrato, che consente un monitoraggio tempestivo e preciso. In caso di necessità, l'azienda si avvale di un Registro Numeri di Emergenza per contattare con rapidità i clienti coinvolti. I prodotti richiamati vengono isolati in un'area dedicata e gestiti secondo le disposizioni normative, compreso lo smaltimento tramite operatori autorizzati.

La **gestione delle non conformità** e delle **azioni correttive** o preventive segue un flusso documentato che comprende l'individuazione del problema, la segregazione del prodotto, la segnalazione formale, l'implementazione della soluzione, la verifica dell'efficacia e, ove necessario, l'aggiornamento del Sistema di Gestione per la Qualità.

Nel corso del 2024, la società **Di Carlo S.r.l. non ha registrato alcun caso di non conformità rispetto alla normativa** vigente che abbia comportato l'emissione di avvisi o sanzioni, a conferma dell'efficacia dei presìdi implementati.

Informazione e trasparenza

In qualità di società di distribuzione all'interno del Gruppo, **GDA S.p.A.** pone particolare attenzione alla costruzione di un **rapporto di fiducia solido e duraturo con la propria clientela**, fondato su principi di chiarezza delle informazioni, trasparenza e inclusività dell'offerta.

Questo impegno si traduce, in primo luogo, in una **comunicazione accessibile** e **integrata** che accompagna il cliente lungo il percorso d'acquisto. L'organizzazione delle referenze sullo scaffale, infatti, è progettata per agevolare l'identificazione di prodotti caratterizzati da specifici attributi nutrizionali o etici, come nel caso delle linee biologiche, vegane o "free-from", che comprendono articoli privi di glutine o di lattosio.

Particolare enfasi viene riservata alla valorizzazione dei **prodotti certificati per qualità e origine**, tra cui rientrano le denominazioni IGP, IGT, DOC, DOCG e DOP, riconosciute come garanzia di tracciabilità e autenticità.

In un'ottica più ampia di responsabilità sociale e di attenzione verso pratiche etiche nella filiera agroalimentare, GDA S.p.A. promuove attivamente anche l'inserimento a scaffale di prodotti provenienti da **progetti ad alto valore sociale**, come quelli a marchio NoCap, che certificano il rispetto dei diritti dei lavoratori e l'adozione di controlli rigorosi contro il caporalato e lo sfruttamento nelle fasi di produzione agricola e quelli della linea Ohi Vita che sono realizzati nel pieno rispetto dell'ambiente e del territorio.

BOX: La comunicazione a scaffale dei prodotti che riflettono i valori in cui crediamo

Per favorire scelte d'acquisto sempre più etiche e responsabili, il Gruppo Orizzonti rafforza la visibilità del **progetto NoCap** attraverso una segnaletica dedicata a scaffale. Tale segnaletica fornisce informazioni chiare e sintetiche sulle finalità dell'iniziativa e sui criteri di selezione dei prodotti, garantendo trasparenza e consapevolezza al momento dell'acquisto. La campagna è inoltre supportata da un piano di comunicazione multicanale che comprende materiali informativi all'interno dei punti vendita, affissioni e spot radiofonici, con l'obiettivo di sensibilizzare la clientela rispetto ai meccanismi che regolano le filiere produttive e di incoraggiare scelte orientate alla legalità, al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla dignità del lavoro (ulteriori approfondimenti sul progetto NoCap sono disponibili nel paragrafo "*ESRS G1 – Condotta delle imprese*", paragrafo **"***Etica in campo: promozione di filiere e contrasto al caporalato"*).

L'approccio comunicativo, inoltre, si basa sulla promozione di prodotti che offrono un rapporto qualità-prezzo particolarmente vantaggioso, evidenziati con diciture chiare come "più convenienti", e quelli legati a progetti di valorizzazione del territorio, come ad esempio quelli del marchio "Gusto e Paese".

Le informazioni rivolte al consumatore vengono veicolate attraverso una **pluralità di strumenti e canali, sia fisici che digitali**. In-store, la comunicazione si articola mediante frontalini, monitor e messaggi radio, mentre online viene rafforzata attraverso siti web, social media, volantini digitali e altre piattaforme interattive.

3.3.3 Canali per un ascolto attento e gestione efficace delle segnalazioni

Rispetto alle società che compongono il Gruppo Orizzonti, **GDA S.p.A.** si impegna a garantire un **ascolto attento e multicanale** verso i propri consumatori, utilizzando una serie di strumenti dedicati che permettono **un'interazione diretta e tempestiva** con il cliente. Tra i principali canali di comunicazione disponibili, i consumatori possono contattare il **servizio clienti** tramite **e-mail** differenti per ciascuna insegna, utilizzando anche le **sezioni "Contattaci"** presenti sui siti web, i canali **social**, il **centralino** (0975.3313453) e i **punti informazione situati nei punti vendita**.

Le informazioni di contatto sono ampiamente diffuse tramite volantini, social media, monitor in-store e materiali fisici, per assicurare che ogni cliente possa facilmente raggiungere il supporto desiderato. Inoltre, sui siti web delle diverse insegne è possibile consultare direttamente i numeri di telefono dei punti vendita[11].

Tutte le comunicazioni riguardanti GDA S.p.A. ed OH S.p.A.[12] ricevute tramite questi canali digitali o presso i punti informazione vengono lette, smistate e gestite dall'Ufficio Marketing, che coordina le risposte con il coinvolgimento di altre funzioni, quando necessario. Dopo una segnalazione, il cliente riceve la conferma di presa in carico tramite e-mail. Nel caso in cui la problematica venga risolta telefonicamente, non viene inviata alcuna comunicazione scritta, tranne se il caso specifico non la renda utile o necessaria.

Inoltre, GDA S.p.A. monitora le **recensioni pubbliche su Google**, rispondendo direttamente ai clienti e utilizzando questo feedback come strumento per migliorare costantemente l'esperienza del consumatore.

[11] I riferimenti specifici per ciascuna insegna sono i seguenti: **IperFutura**: www.iperfutura.it – servizio.clienti@iperfutura.it – Contatti; **Pick Up**: www.pickupsupermercati.it – servizio.clienti@supermercatipickup.it – Contatti; **Conviene XXL**: www.convienexxl.it – servizio.clienti@convienexxl.it – Contatti; **Talento**: www.talentocash.com – servizioclienti@talentocash.it; **Qui Discount**: www.quidiscount.it – servizio.clienti@quidiscount.it – Contatti.

[12] Tramite le mail dedicate info@ohspa.it e info@gdaspa.it

Per quanto riguarda la società **Di Carlo S.r.l.**, il rapporto con i clienti – siano essi consumatori finali che acquistano tramite l'e-commerce oppure aziende clienti B2B – è gestito direttamente dal team interno "Vendita e Marketing", che applica lo stesso principio di presa in carico tempestiva delle segnalazioni e risposte dirette.

In Di Carlo S.r.l., le segnalazioni effettuate dai clienti vengono gestite internamente. Anche in questo caso, dopo la ricezione della segnalazione, il cliente viene contattato e, se necessario, viene fornita una risposta scritta[13].

Oltre ai canali ad hoc per ciascuna azienda e insegna, il **Gruppo Orizzonti è dotato di un canale di segnalazione,** attraverso il quale i clienti possono segnalare tempestivamente qualsiasi fatto, evento o comportamento che contrasti con la legge, le norme interne del Gruppo o con le previsioni del Codice Etico. Questo strumento, chiamato **whistleblowing**, incoraggia il rispetto dei principi di correttezza e lealtà che devono guidare i rapporti dei dipendenti con i clienti, permettendo a questi ultimi di fare segnalazioni secondo le modalità stabilite nelle procedure adottate dal Gruppo Orizzonti[14].

Le **segnalazioni** si inoltrano tramite **piattaforma online dedicata**, accessibile attraverso un canale sicuro, che consente a dipendenti, collaboratori e altre parti interessate di segnalare comportamenti illeciti o scorretti, mantenendo la riservatezza e, se richiesto, l'anonimato del segnalante.

Le segnalazioni vengono gestite da una società terza autorizzata, che assegna un codice identificativo per consentire al segnalante di monitorare l'evoluzione della segnalazione. Viene garantita la **protezione da eventuali ritorsioni**, tutelando il segnalante durante tutto il processo. La procedura distingue tra **segnalazioni interne**, rivolte all'azienda, e **segnalazioni esterne**, indirizzate a enti o media, con l'obiettivo di garantire un ambiente di lavoro conforme alla legalità e privo di comportamenti scorretti.

[13] I principali canali di contatto per Di Carlo S.r.l. sono: Sito istituzionale: www.oliodicarlo.com – info@oliodicarlo.it – +39 0828 957081; Sito e-commerce: shop.oliodicarlo.com – Contatti.

[14] Per maggiori dettagli, si rimanda alla Procedura per la gestione delle segnalazioni di whistleblowing, adottata da ciascuna Società del Gruppo, consultando la seguente pagina web: https://www.orizzontiholding.it/en/governance/. In calce alla pagina sono indicate le modalità di segnalazione per le varie società del Gruppo.

Tutela della privacy

Un'ulteriore priorità del Gruppo è la **tutela della privacy e la protezione dei dati personali**. Nel 2024 è stato avviato un percorso organico di adeguamento che ha portato alla redazione di piani d'azione per ciascuna società del Gruppo, nonché all'elaborazione della **Data Retention Policy** e all'aggiornamento del registro dei trattamenti.
Sono state aggiornate anche le **informative privacy** relative alle carte fedeltà, all'uso di WhatsApp, ai siti web e ai sistemi di videosorveglianza installati nei punti vendita. Firmando il modulo di sottoscrizione della carta fedeltà, i clienti accettano l'informativa privacy aggiornata, così come le informative presenti sui siti web.
La gestione delle segnalazioni in ambito privacy, in GDA S.p.A. è affidata ad un team interfunzionale dedicato, che gestisce i rapporti con i clienti delle insegne del perimetro.

In Di Carlo S.r.l. la gestione del consumatore è invece affidata esclusivamente a risorse interne dedicate alle vendite e al marketing.

Nessun caso di conformità legato a violazione della privacy dei clienti, né da GDA S.p.A., né da Di Carlo S.r.l., sia per il 2023 che per il 2024.

4. TEMI DI GOVERNANCE

4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese

4.1.1 Una cultura aziendale basata su politiche e condotte etiche e trasparenti

Per il Gruppo Orizzonti l'integrità non è solo un principio dichiarato. È il presupposto che orienta tutte le attività e i rapporti con gli stakeholder: da quelli interni ai clienti e i fornitori, fino alle **comunità locali**. È con questa filosofia che le società del Gruppo ha scelto di dotarsi di uno strumento organizzativo che garantisca, in modo concreto, **trasparenza e responsabilità** nelle loro attività: il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, all'interno del quale è presente il **Codice Etico e di Condotta del Gruppo,** oltre alla procedura per le **segnalazioni (whistleblowing).** In particolare, il Modello 231 è sempre accessibile a tutti gli stakeholder e collaboratori. Sono altresì parte del Modello le **procedure** e le ***policies*** adottate dalla Società e dal Gruppo e richiamate dal Modello medesimo.

BOX: Impegno etico e conformità normativa nel gruppo Orizzonti

*"Il Gruppo Orizzonti, nello svolgimento delle proprie attività, si conforma ai **principi di legittimità** sotto l'aspetto formale e sostanziale per quanto concerne la correttezza, il **rispetto delle regole**, la **trasparenza**, la **chiarezza** e la **verità** dei riscontri contabili, produttivi e gestionali, secondo le norme vigenti e le procedure aziendali volte nel tempo a garantirne l'applicazione ed il controllo*" dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo Orizzonti.

Il **Codice Etico e di Condotta** del Gruppo riflette i principi di onestà, lealtà, integrità e correttezza che guidano la gestione delle attività aziendali. Allegato al Modello 231, il Codice è parte integrante delle politiche adottate da ogni società del Gruppo e rappresenta una guida per la prevenzione degli illeciti previsti dalla normativa vigente. I principi e le regole comportamentali enunciati nel Codice sono destinati a ispirare e orientare l'operato di tutti coloro che interagiscono o intrattengono rapporti con le società del Gruppo, inclusi gli organi sociali, il management, i dipendenti e i soggetti terzi come collaboratori, consulenti, appaltatori e fornitori. Ogni destinatario del Codice è obbligato a prenderne visione, contribuire attivamente alla sua attuazione e segnalare eventuali carenze o violazioni, affinché vengano corretti comportamenti non conformi.

A riprova di questo impegno, nel 2024 il Gruppo ha completato il percorso volto a **formalizzare le politiche di condotta**. Nel corso dell'anno tanto la holding OH S.p.A. e la società distributiva GDA S.p.A., quanto le altre società Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A., hanno adottato un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** basato sul D.lgs. 231/2001 (per questo detto anche "Modello 231") e hanno nominato ciascuna il proprio Organismo di Vigilanza dedicato.

In linea con la **trasparenza** che ispira le politiche e condotte e con l'obiettivo di condividere in modo più efficace e semplice le relative procedure, **il Codice Etico e di Condotta di Gruppo e la parte generale dei Modelli 231 di tutte le società** possono essere visualizzati e scaricati dalla sezione Governance del sito della holding[15]. Per **Di Carlo S.r.l.** il Codice e il Modello aziendale sono accessibili anche nella sezione Governance del sito della società, mentre nel caso di Sinerfin S.p.A. la condivisione è direttamente nel sito di Gruppo. Per quanto riguarda GDA S.p.A., sui siti di **ciascuna insegna** è presente una pagina dalla quale è possibile visualizzare e scaricare il **Codice di Condotta**.

In termini di tempistiche, Il **Codice Etico e di Condotta** è stato pubblicato online ad agosto 2024, **mentre la parte generale dei Modelli 231** è stata resa disponibile a marzo 2025.

Il whistleblowing: un passo importante per una maggiore integrità

Nel 2024, il Gruppo ha compiuto un passo importante nel rafforzare i propri comportamenti etici e trasparenti, ampliando la procedura di **whistleblowing** a tutte le società del Gruppo. Questo sistema, già esistente a partire da dicembre 2023 per **OH S.p.A.** e **GDA S.p.A.**, è stato esteso anche a **Di Carlo S.r.l.** e **Sinerfin S.p.A.** a seguito dell'adozione del Modello 231 durante il corso del 2024. La procedura permette a dipendenti, collaboratori, fornitori, partner e altri stakeholder di segnalare in modo sicuro comportamenti illeciti o contrari al **Codice Etico e di Condotta** e alle normative aziendali.

OH S.p.A. e **GDA S.p.A.** avevano già implementato il canale di segnalazione già nel 2023, in conformità con le normative vigenti in materia di **whistleblowing**. La procedura è stata, poi, integrata nel Modello 231, estendendo la possibilità di segnalare violazioni anche relative al **D.Lgs. n. 231/2001**.

Dunque, la struttura e il contenuto della procedura per la segnalazione di violazioni whistleblowing, risulta uniforme per tutte le società del Gruppo (**OH S.p.A.**, **GDA S.p.A.**, **Di Carlo S.r.l.** e **Sinerfin S.p.A.**), garantendo così un approccio coerente alla gestione delle segnalazioni.

Attraverso questo strumento, chiunque può inviare alla società di riferimento – anche in forma anonima – segnalazioni riguardanti violazioni di **norme nazionali o europee** che danneggino l'interesse pubblico o l'integrità della società. È inoltre possibile segnalare comportamenti illeciti di cui si sia venuti a conoscenza nel proprio contesto di lavoro. Le segnalazioni devono essere **basate su fatti concreti** e inviate in buona fede.

[15] Il sito è accessibile alla pagina www.orizzontiholding.it/governance/

Il sistema si allinea a quanto stabilito dal D.lgs. 24/2023 e si basa su una piattaforma crittografata unica[16] pensata per **tutelare la riservatezza** sia di chi segnala sia delle persone coinvolte, oltre che del contenuto delle segnalazioni. Per **garantirne ulteriormente l'indipendenza,** la gestione della piattaforma è affidata a **un fornitore esterno**.

Ognuna delle quattro società – OH S.p.A., GDA S.p.A., Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A. – dispone di un **proprio canale** sulla piattaforma, accessibile dalla sezione Governance del sito della holding. Nella stessa pagina è possibile anche visualizzare e scaricare **le procedure di ciascuna società**.

A tutti i dipendenti delle singole società del Gruppo è stata **erogata una formazione specifica completa,** da parte del noto studio legale, sui contenuti di tutte le misure adottate: dal Codice Etico e di Condotta e il Modello 231, fino al whistleblowing.

BOX: Il whistleblowing visto da vicino: condotte, soggetti, modalità e tutele

La normativa prevede che le condotte rilevanti per le segnalazioni riguardino in particolare illeciti in settori regolati dall'UE quali, a titolo di esempio, sicurezza dei prodotti, salute o protezione dati.

Il Gruppo ha predisposto specifici canali di segnalazione per le società controllate mediante l'utilizzo di una piattaforma web dedicata che garantisce riservatezza e anonimato, gestita da un fornitore esterno. Le segnalazioni possono essere effettuate sia internamente all'azienda, sia esternamente, ad esempio presso autorità competenti o media, ma devono essere sempre fondate su fatti concreti e inviate in buona fede. Resta comunque disponibile anche l'utilizzo dei canali tradizionali, quali la linea gerarchica e l'Organismo di Vigilanza, il cui contatto è indicato nella Parte Generale del Modello 231.

I soggetti tutelati dal sistema di whistleblowing comprendono dipendenti, consulenti, fornitori, tirocinanti, azionisti e membri degli organi di controllo, nonché facilitatori e persone legate al segnalante. La tutela contro le ritorsioni è estesa a tutti questi soggetti, e sono espressamente vietati licenziamenti, demansionamenti, discriminazioni, danni reputazionali o economici derivanti dalla segnalazione.

[16] Il servizio di gestione delle segnalazioni è stato affidato a Gate2Digital S.r.l., che ha implementato un sistema di segnalazione whistleblowing tramite una piattaforma crittografata dedicata. Questo sistema è progettato per garantire la riservatezza delle segnalazioni e, quando necessario, l'anonimato del segnalante. Le segnalazioni vengono gestite dagli incaricati di Gate2Digital S.r.l., che agisce come fornitore della piattaforma web e come gestore delle segnalazioni ricevute.

Le segnalazioni devono essere circostanziate e basate su buona fede; una volta ricevute, vengono registrate, analizzate preliminarmente e, se necessario, oggetto di ulteriori indagini interne, con il supporto di consulenti esterni.

La gestione delle segnalazioni prevede la ricezione e registrazione con numero identificativo, l'analisi preliminare e la classificazione della segnalazione (rilevante, incompleta, non trattabile, vietata), l'avvio di indagini interne e la redazione di un report con esiti e azioni correttive. Le segnalazioni interne sono gestite dal Gestore delle Segnalazioni, che fornirà un riscontro entro tre mesi. Le segnalazioni esterne possono essere inoltrate all'ANAC qualora la segnalazione interna non riceva seguito o vi sia il rischio di ritorsioni o pericolo imminente.

La riservatezza del segnalante è garantita in ogni fase del processo, inclusi eventuali procedimenti giudiziari o disciplinari, salvo il consenso espresso in caso di necessità di rivelare l'identità per il proseguimento delle indagini. Sono previste sanzioni disciplinari per violazioni della procedura, ritorsioni contro i segnalanti e segnalazioni infondate, diffamatorie o effettuate con dolo o colpa grave.

Una gestione della corruzione che copre tutte le eventualità

Nel 2024 non sono stati registrati episodi di corruzione.

La **corruzione** è uno dei reati più rilevanti considerati dal Decreto 231, compresa quella nei rapporti tra privati, con particolare riferimento **alle aziende**: infatti, se **un dirigente, un dipendente o un collaboratore** commette un atto corruttivo **nell'interesse o a vantaggio di una società**, può esserne chiamata a rispondere anche quest'ultima. Le conseguenze sono rilevanti: dalle sanzioni economiche alle misure interdittive, fino alla confisca dei beni ottenuti in modo illecito. Per questo i modelli adottati dalle società del Gruppo prevedono **specifici controlli e procedure** mirate a prevenire e contrastare ogni forma di corruzione, **rafforzando così la cultura della trasparenza e della legalità**.

L'applicazione del sistema disciplinare presuppone la semplice violazione delle norme e delle disposizioni contenute nel Modello, comprese le prescrizioni contenute nel Codice Etico e di Condotta, nonché delle procedure, delle *policies* e dei regolamenti interni, oltre alle norme di legge, regolamentari e di CCNL; pertanto, verrà attivata indipendentemente dalla commissione di un reato e dall'esito del processo penale eventualmente avviato dall'Autorità giudiziaria competente. Il tipo e l'entità delle sanzioni specifiche verranno applicate in proporzione alla gravità delle mancanze.

L'Organismo di Vigilanza, ricevuta notizia di eventuali violazioni al Modello che non coinvolgano il Consiglio di Amministrazione (si veda per maggiore approfondimento il box "*Un ulteriore livello di garanzia per le violazioni di consiglieri e amministratori*"), ne informa quest'ultimo, il quale sarà tenuto ad attivare il relativo procedimento disciplinare, avvalendosi del supporto tecnico delle strutture aziendali competenti.

Se verifiche e accertamenti confermano la violazione, all'autore vengono applicate le sanzioni previste nei contratti collettivi nazionali applicabili. I provvedimenti vengono adottati dal Consiglio stesso o dalla **Funzione Risorse Umane**, nel rispetto del regolamento disciplinare e delle garanzie previste dalla legge e dai contratti.

BOX: Un ulteriore livello di garanzia per le violazioni di consiglieri e amministratori

In caso di violazione del Modello da parte di amministratori o membri del C.d.A., le modalità di accertamento cambiano a seconda delle diverse figure coinvolte:

- **Amministratore delegato (o Consigliere Delegato)**: l'OdV informa il Presidente del C.d.A. e il Collegio Sindacale, che assumono i provvedimenti opportuni.
- **Un amministratore o più amministratori**: l'OdV informa il Presidente del C.d.A. (se non coinvolto) oppure l'intero Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale. Dopo gli accertamenti, il C.d.A. delibera i provvedimenti, sentito il Collegio Sindacale.
- **Presidente del C.d.A.**: se è coinvolto, l'OdV segnala direttamente all'intero Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale, che decidono le misure da adottare.
- **L'intero C.d.A.**: se la violazione riguarda il Consiglio nel suo complesso o una pluralità di amministratori, l'OdV informa senza indugio il Collegio Sindacale, che effettua le verifiche e adotta i provvedimenti ritenuti necessari.

BOX: Il rispetto della legge come cultura aziendale: le sanzioni interne

Nel sistema disciplinare collegato al Modello 231 rientrano sanzioni interne contro diversi comportamenti illeciti, compresi quelli di corruzione. Sono previste misure diverse secondo i soggetti coinvolti:

- **Dipendenti**: richiamo verbale o scritto, multa fino a quattro ore di retribuzione, sospensione fino a dieci giorni, fino al licenziamento con o senza preavviso nei casi più gravi (violazioni dolose, elusione fraudolenta dei controlli, mancata trasparenza documentale).
- **Dirigenti**: oltre alle stesse misure previste per i dipendenti, si aggiunge la possibilità di sanzioni commisurate al grado di autonomia e responsabilità, fino al licenziamento.
- **Amministratori e sindaci**: censura scritta per violazioni lievi, revoca della delega o della carica in caso di gravi violazioni o mancata vigilanza, fino all'azione di responsabilità.

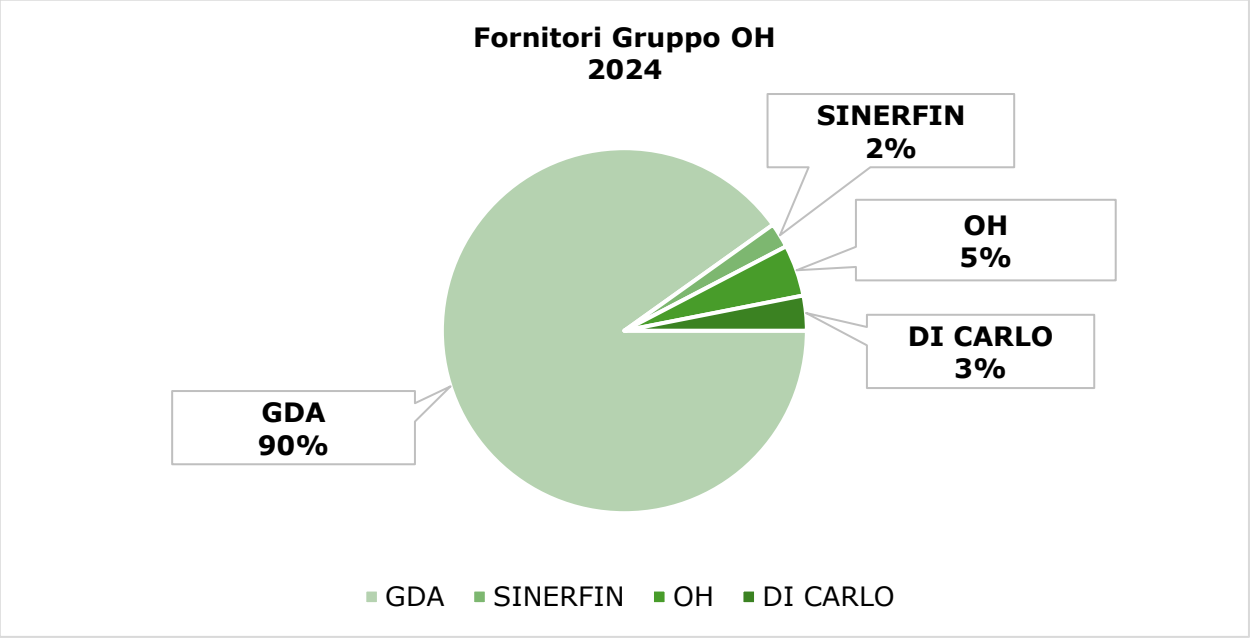
- **Soggetti terzi (fornitori, consulenti, partner)**: risoluzione del contratto e divieto di nuovi rapporti con la società per un periodo di due anni, salvo eccezioni motivate.

Con lo scopo di rafforzare il rispetto del Modello 231 e del Codice Etico e di Condotta, e specialmente nel caso della corruzione, le sanzioni interne si applicano anche quando il comportamento illecito non abbia ancora portato a conseguenze penali.

4.1.2 Sviluppo del territorio: le nostre scelte di approvvigionamento

Il Gruppo Orizzonti orienta le proprie scelte di approvvigionamento combinando **sostenibilità e radicamento territoriale**. La selezione dei fornitori non si limita a garantire qualità e continuità di servizio, ma punta anche a valorizzare le comunità locali e le filiere produttive tipiche: l'**attenzione agli aspetti economici** si integra con la **responsabilità sociale** e con il sostegno allo sviluppo dei territori in cui opera il Gruppo. Nell'attuare questi obiettivi, in tutto il proprio perimetro il Gruppo adotta criteri omogenei di selezione fondati, a parità di specifiche, su **solidità economico-finanziaria e territorialità**.

Nel 2024 i fornitori attivi sono **2.393**, dei quali il **90,14%** di GDA S.p.A., il **4,55%** di OH S.p.A., il **3,09%** della Di Carlo S.r.l. e, infine, il **2,21%** di Sinerfin S.p.A.



La **territorialità** è un tratto distintivo della selezione. Considerando il totale acquisti del Gruppo verso fornitori di merci e servizi, circa il 40% rimane sul territorio di riferimento (ossia regioni Basilicata, Calabria, Campania e Puglia) e viene, pertanto, generato valore per le realtà locali.

In particolare, **GDA S.p.A.** privilegia partner radicati nei territori serviti, anche attraverso **progetti che valorizzano le produzioni locali**. A sua volta, **Di Carlo S.r.l.** acquista le materie prime nelle aree con una **vocazione specifica** — bacino mediterraneo per gli oli, Sud Italia per conserve, pasta e condimenti — e registra una quota di fornitori italiani pari al **97,25%**, a garanzia della qualità costante dei prodotti. Sinerfin S.p.A., infine, sceglie operatori locali per i servizi tecnici e logistici, rafforzando l'indotto e la resilienza operativa.

Le modalità di pagamento sono **trasparenti e proporzionate** al tipo di fornitura, rispettando i termini di legge: **30 giorni** per i prodotti deperibili e **60 giorni** per i non deperibili.

In caso di condizioni di fornitura più vantaggiose, anche per il **non-food** è possibile concordare **scadenze più brevi**. A conferma di questo impegno, nel 2024 il tempo medio di pagamento è stato di **30 giorni**, valore in linea con il settore. **Di Carlo S.r.l.** paga in anticipo l'olio, in qualità di materia prima, e in media a 60 giorni i servizi, mentre **Sinerfin S.p.A.** segue gli accordi specifici legati agli investimenti.

Con il supporto di un partner tecnologico, Il Gruppo sta inoltre sviluppando una piattaforma B2B per la gestione della liquidità, un innovativo sistema di anticipo fatture "Dynamic Discounting". Questo applicativo consente al Gruppo di offrire ai propri fornitori di **ricevere pagamenti anticipati delle fatture** in cambio di uno sconto finanziario, facilitando l'accesso alla liquidità rispetto ai tempi del sistema bancario: un aiuto importante soprattutto per le aziende medie e piccole, che rappresentano una parte rilevante dei **fornitori del territorio**.

Il processo rafforza la **collaborazione di filiera ed i legami tra il Gruppo e i suoi fornitori locali**, che risentono della minore forza contrattuale. All'iniziativa ha aderito circa il 23% dei fornitori di merci alimentari della GDA S.p.A.

Attualmente, non sono in corso procedimenti a carico del Gruppo Orizzonti relativamente a ritardi nel pagamento delle fatture.

4.1.3 Relazioni con i fornitori e gestione della catena del valore

*"Il Gruppo Orizzonti impronta i rapporti con i fornitori conformandosi a **principi di trasparenza, eguaglianza, lealtà e corretta concorrenza**. Nelle sue politiche di acquisto, il Gruppo Orizzonti ha l'obiettivo di approvvigionarsi di prodotti e/o servizi **selezionando i fornitori** in base a **valutazioni oggettive** delle preferenze e dei bisogni dei clienti a cui i prodotti e/o servizi sono destinati, della qualità, del prezzo e del rispetto dei più **elevati standard di compliance** da parte del fornitore alle normative applicabili (i.e. in materia agroalimentare, di salute e sicurezza sul lavoro, giuslavoristica) ed agli standard etici cui il Gruppo Orizzonti si ispira"*, dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo Orizzonti.

Nella selezione dei partner, **OH S.p.A.**, **GDA S.p.A., Di Carlo S.r.l. e Sinerfin S.p.A.** privilegiano fornitori di provata solidità finanziaria, in grado di assicurare **continuità di servizio** e **conformità alle specifiche tecniche**. Un ruolo centrale lo riveste la **territorialità**, criterio che vale sia per le forniture di prodotti sia per i servizi — come logistica, manutenzioni e ristrutturazioni — con una chiara preferenza per **operatori locali** la cui scelta rafforzi **il sostegno a un indotto, la resilienza operativa e la sostenibilità** sul territorio.

In quest'ottica, il Gruppo richiede ai propri collaboratori, che sono chiamati ad instaurare rapporti contrattuali, di condurre in via preliminare **adeguati controlli** sulle terze parti finalizzati alla verifica dei requisiti di **onorabilità** e di **integrità**, oltre che dell'impegno ad agire secondo principi di trasparenza, eguaglianza e correttezza.

I fornitori si distinguono in due categorie principali: **merci** e **servizi.** La gestione dei fornitori di servizi — come consulenti, società di pulizie e fornitori tecnici — è affidata ai **responsabili di commessa**, che curano direttamente i rapporti con ciascun fornitore e garantiscono il rispetto degli standard di qualità e sicurezza. I fornitori di merci, invece, sono seguiti dai **buyer** di riferimento all'interno della funzione **Category Group**.

Tanto per le merci come per i servizi, il **processo di selezione e qualifica** di un fornitore inizia con la richiesta di inserimento nel sistema tramite la compilazione di **un form Google**. Per i fornitori di merci, il modulo prevede anche una **verifica attraverso un infoprovider specializzato**, un controllo che analizza la solidità economico-finanziaria e la reputazione di un'impresa, segnalando eventuali criticità o rischi. Questi consente di valutare i **requisiti tecnici e reputazionali**, oltre a eventuali **criticità assicurative**. Il rapporto del provider, inoltre, segnala altre possibili problematiche, come carichi pendenti o anomalie reputazionali.

Per garantire una gestione uniforme e completa, a vantaggio di una sempre maggiore **affidabilità delle catene di approvvigionamento**, Il Gruppo sta valutando l'opportunità di estendere questa verifica anche ai **fornitori di servizi**.

Una procedura passo dopo passo per le forniture di merci

Di particolare interesse è la procedura relativa all'**approvvigionamento merci in GDA S.p.A.**, in quanto esemplifica l'orientamento del Gruppo verso la scelta di **processi sicuri, efficaci ed equi**.

Il primo passaggio è la **selezione e la qualifica dei fornitori** che, come già accennato, è affidata ai **buyer** su richiesta di inserimento nuovi articoli da parte dei **category manager**, in base alle esigenze di mercato. I potenziali fornitori vengono convocati per un incontro conoscitivo e, al termine, il buyer compila un form online denominato "Richiesta inserimento fornitore".

A questa prima fase, segue la richiesta di **ulteriore documentazione** e, quindi, una **prima scrematura**. In questo passaggio si decide se proseguire o meno il rapporto con il fornitore. In caso di esito positivo, viene sottoscritto un contratto o un accordo di fornitura che include **specifiche clausole**. Tra queste, l'impegno a rispettare le **normative di settore** — come indicazioni geografiche, denominazioni di origine e requisiti di tracciabilità — e a riportare in etichetta informazioni corrette su ingredienti, origine, o diciture obbligatorie.

Il contratto contiene, inoltre, una clausola sul **rispetto del Modello 231 e del Codice Etico e di Condotta** del Gruppo Orizzonti. Il buyer di riferimento definisce quindi **le condizioni di acquisto** degli articoli che intende inserire nell'assortimento.

In seguito, **l'Ufficio Qualità e Sicurezza Alimentare** effettua un controllo puntuale su ogni prodotto, verificando le informazioni su **tracciabilità, sicurezza alimentare e certificazioni**. Se necessario, il fornitore viene ricontattato per fornire integrazioni o chiarimenti.

Quando la merce arriva nei magazzini dei punti vendita, viene sottoposta a **un secondo controllo** volto a verificarne **l'integrità e la qualità**. Ogni giorno, inoltre, il personale incaricato nei punti vendita effettua controlli sulle scadenze e sull'integrità dei **prodotti esposti** (per maggiore approfondimento sugli audit di prodotto si faccia riferimento al paragrafo 3.3.2 "*Il consumatore al centro*", del capitolo 3.4 "*ESRS S4 Consumatori e utilizzatori finali*").

In caso di criticità su un fornitore, GDA S.p.A. interviene tempestivamente con **azioni correttive**. Interventi che possono andare dal **ritiro dei prodotti** dai punti vendita fino, nei casi più gravi, alla ces**sazione del rapporto commerciale** e alla cancellazione del fornitore dall'anagrafica.

Un caso studio: i criteri di selezione e qualificazione in Di Carlo S.r.l.

Attiva in un settore particolarmente sensibile ai temi della qualità e della tracciabilità, come quello degli oli di oliva, Di Carlo S.r.l. applica una procedura di qualificazione conforme agli standard UNI EN ISO 9001:2015 e BRCGS (*Brand Reputation through Compliance Global Standards*), per oli, prodotti alimentari confezionati, materiali di confezionamento, macchine e attrezzature, oltre a servizi come trasporti, laboratori, manutenzioni e smaltimenti.

La fase di prequalifica dei fornitori prevede una raccolta di informazioni utili a valutarne la capacità di rispondere a specifiche esigenze qualitative. Perché un fornitore di materie prime venga approvato è fondamentale che sia in possesso della certificazione BRCGS, o di altri programmi di certificazione GFSI (*Global Food Safety Initiative*), un'iniziativa internazionale avviata nel 2000 dal Consumer Goods Forum con l'obiettivo di migliorare la sicurezza alimentare lungo tutta la filiera. La raccolta delle relative informazioni avviene attraverso un questionario di prequalifica. In assenza di queste certificazioni può invece essere organizzata una verifica delle caratteristiche qualitative e dei metodi produttivi direttamente presso lo stabilimento.

Oltre alla certificazione BRCGS, per l'olio in particolare la prequalifica richiede la presenza di un sistema HACCP – lo standard internazionale di prevenzione del rischio nella gestione di alimenti – di un sistema qualità interno, e di procedure di tracciabilità e di gestione dei reclami. Per i fornitori di servizi, invece, è necessario dimostrare il possesso delle autorizzazioni per lo smaltimento dei rifiuti, eventuali certificazioni ambientali, la certificazione ISO 45001 o il Modello 231, oltre a eventuali iniziative già attivate in tema di sostenibilità ambientale. I controlli sul rispetto dei requisiti vengono effettuati con cadenza triennale.

Un'attenzione puntuale alle forniture di servizi

Anche per l'approvvigionamento di **beni e servizi indiretti** è previsto un **processo strutturato** che parte da **verifiche preliminari**. Tutti i potenziali fornitori vengono sottoposti a **controlli di solvibilità e affidabilità** condotti da un ente gestore che analizza i **rapporti dell'infoprovider**.

In questa fase vengono esaminati anche gli **aspetti etici e reputazionali**, oltre all'assenza di possibili **conflitti di interesse**. Come avviene per i fornitori di merci, la procedura inizia con la compilazione di **un form Google** e prevede un primo controllo di ammissibilità.

Vengono inseriti nell'anagrafica del Gruppo solo i fornitori che superano con esito positivo questa fase.

A conferma dell'impegno del Gruppo verso **legalità, trasparenza e correttezza**, anche in questo caso, i contratti stipulati con i fornitori includono una clausola che richiede **il rispetto del Modello 231 e del Codice Etico e di Condotta**,

Per il futuro **GDA S.p.A.** intende definire criteri di selezione che tengano conto anche della tipologia di imballaggi utilizzata, verificando se sono riciclabili e quindi sostenibili, oltre al possesso di certificazioni in materia di benessere animale e dell'attenzione alle tematiche ESG.

Procedure trasparenti per la cessazione del rapporto con i fornitori

Nell'individuazione dei propri fornitori il Gruppo Orizzonti, e GDA S.p.A. in particolare, predilige rapporti **a lungo termine**, che favoriscono **qualità, integrità e vantaggi** per il consumatore e per il territorio. Può tuttavia accadere che si renda necessario interrompere il rapporto con un fornitore. In questo caso viene compilato un ulteriore **form Google** in cui viene registrato il motivo dell'interruzione.

Dal 2025 intendiamo introdurre nel modulo una sezione aggiuntiva che consente di specificare tra le possibili motivazioni l'**assenza di requisiti etici e reputazionali**, accanto a quelli più operativi come la mancanza di requisiti tecnici o l'insorgere di altre opportunità commerciali. L'obiettivo è di rafforzare gli aspetti etici nel costante aggiornamento dell'**albo fornitori**: monitorando in modo più completo le interruzioni di rapporto, il nuovo processo assicura in modo ancora più efficace che i fornitori rientrino sempre nei requisiti di **qualifica e reputazione** richiesti dal Gruppo.

Come il Gruppo valorizza le eccellenze locali e la promozione delle tradizioni

"Selezioniamo aziende di grande serietà e storicità sul mercato, non occasionali, capaci di garantire una corretta e costante reperibilità delle merci, mantenendo le caratteristiche qualitative concordate. Per questo, non cerchiamo un fornitore, ma un partner, con lo scopo principale di instaurare con lui una seria, proficua ed intensa collaborazione destinata a durare negli anni." Progetto Gusto e Paese

In linea con le proprie radici, il Gruppo Orizzonti considera la **valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze** come una forma concreta di **responsabilità sociale**. Un impegno che si traduce in numerose iniziative pensate per sostenere le **produzioni artigianali** e la **cultura enogastronomica** dei territori in cui opera, promuovendo **qualità, tradizione e identità locale**.

Nei punti vendita GDA S.p.A., ad esempio, vengono spesso organizzati **stand ed eventi di degustazione**, come quelli dedicati alla pizza o ai vini, che permettono ai consumatori di conoscere e apprezzare da vicino le **novità di prodotto**. Proprio grazie al loro radicamento nelle diverse aree, alcuni negozi propongono **referenze specifiche** che non si trovano in altre zone, valorizzando ogni tipicità locale.

In questa direzione, nel 2020 GDA S.p.A. ha creato e registrato il marchio **Gusto e Paese**, con cui promuove le **eccellenze enogastronomiche italiane**. Il progetto nasce per selezionare e proporre **prodotti tipici di alta qualità**, realizzati da artigiani e piccoli produttori, spesso caratterizzati da prezzi più alti rispetto a quelli industriali, proprio perché espressione di **saperi autentici** che si traducono in metodi di produzione **più artigianali e tradizionali**, con minori quantità realizzate. I prodotti vengono resi **facilmente riconoscibili a scaffale** grazie ad un'apposita etichettatura e trovano spazio all'interno delle reti di vendita delle insegne IperFutura, Pick Up, Conviene XXL e Talento, distribuite in **sette regioni italiane**.

Oggi il marchio Gusto e Paese raccoglie **oltre 70 referenze** e continua a crescere, con l'inserimento di nuove proposte che rispecchiano i valori di **qualità, tipicità e artigianalità** richiesti dal progetto. Ogni giorno i buyer e i category manager di GDA S.p.A. lavorano per ampliare questa offerta, costruendo un vero e proprio "viaggio nel gusto" ispirato, come recita il claim, dal "piacere del cibo italiano". In questo modo l'azienda si pone come **ponte tra produttori locali e mercato**, offrendo visibilità e canali distributivi a realtà artigianali che, altrimenti, avrebbero maggiori difficoltà a emergere oltre i confini provinciali o regionali.

BOX: Gusto e Paese: tipicità in primo piano

Gusto e Paese è la selezione di prodotti per chi ha a cuore le tipicità dei diversi territori: un viaggio alla scoperta del gusto tra prodotti e ricette preparate secondo le migliori tradizioni del territorio. Nasce non solo dal legame che ha il Gruppo con i territori, ma anche dalla volontà dell'azienda di valorizzare i produttori locali.

La tradizione culinaria italiana è un patrimonio da preservare e promuovere: nei punti vendita, il cliente trova una selezione di prodotti regionali e locali conosciuti in tutta Italia, per portare in tavola tutto il gusto italiano dei propri piatti tipici preferiti, preparandoli con materie prime genuine e di qualità.

Le regioni coinvolte sono Abruzzo, Basilicata, Campania, Lazio, Molise e Puglia.

Anche **Di Carlo S.r.l.** contribuisce in maniera attiva alla promozione del patrimonio enogastronomico del territorio, partecipando ad eventi pubblici e manifestazioni culturali.

Un esempio ricorrente è la **partecipazione a Tipica**, un percorso enogastronomico che si svolge due volte l'anno nella città di **Vietri di Potenza**, località rinomata per la produzione di olio extravergine d'oliva. In questo contesto, Di Carlo S.r.l. omaggia i partecipanti con **box di prodotti tipici**, contribuendo alla diffusione delle tradizioni locali. L'azienda partecipa anche alla manifestazione **Vietri Corri e Cammina**, offrendo **olio in monodose** ai partecipanti.

Attività che esprimono la volontà del Gruppo di **svolgere un ruolo attivo** non solo nella distribuzione alimentare, ma anche nella **tutela delle identità locali** e nella **promozione culturale** dei territori. Le società contribuiscono così alla **vitalità economica delle comunità** e al mantenimento di **saperi e tradizioni** spesso a rischio di marginalizzazione.

Etica in campo: promozione di filiere e contrasto al caporalato

GDA S.p.A. e il Gruppo Orizzonti esprimono il proprio impegno etico anche **sostenendo filiere agricole fondate su legalità, dignità e rispetto dei diritti dei lavoratori**.

Tra le iniziative di maggiore impatto sociale promosse da GDA S.p.A. spicca l'adesione al progetto **No Cap**, promosso dall'omonima associazione impegnata **contro il caporalato** e a favore di **filiere agricole etiche e trasparenti**. Avviata nel 2019, la collaborazione ha progressivamente coinvolto tutte le principali insegne del Gruppo — **IperFutura, Pick Up** — e si è tradotta nell'inserimento a scaffale di **circa 15 referenze** (a seconda della stagionalità) di ortofrutta e conserve alimentari, tra cui passate di pomodoro, tutte certificate come prodotti provenienti da filiera controllata.

La **certificazione No Cap** assicura che ogni fase della produzione, dalla coltivazione alla trasformazione, si svolga nel **pieno rispetto dei diritti dei lavoratori**, in condizioni di legalità e dignità, escludendo qualsiasi forma di sfruttamento. In questo modo GDA S.p.A. promuove un modello di distribuzione che valorizza non solo la qualità del prodotto, ma anche la sua **origine etica**, contribuendo a **sensibilizzare i consumatori** sul tema della **giustizia sociale** nelle filiere agroalimentari. Per ulteriori approfondimenti sulla comunicazione dei prodotti No Cap nei punti vendita, si rimanda al box *La comunicazione a scaffale dei prodotti che riflettono i valori in cui crediamo*, all'interno del capitolo *3.3 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali*.

Attraverso questa iniziativa, il Gruppo riafferma il proprio impegno nel sostenere **modelli produttivi equi e inclusivi**: contribuisce a generare **un impatto positivo** lungo la catena del valore e offre al consumatore strumenti per **orientare i propri comportamenti** verso criteri etici e di giustizia sociale.

Le declinazioni della responsabilità, dal benessere animale alla filiera controllata

Per le categorie che possono includere **allevamenti**, GDA S.p.A. richiede ai fornitori di dichiararne l'eventuale presenza e di indicare le certificazioni possedute, come la **KIWA DT40** relativa al **benessere animale**, e all'**uso consapevole dei farmaci**. La verifica viene effettuata sia sui nuovi fornitori sia su quelli già attivi. Al momento non sono previsti audit in sito, ma è in valutazione **un rafforzamento del sistema** con controlli più approfonditi, sempre nel rispetto del principio di proporzionalità rispetto al rischio di filiera.

5. APPENDICE

5.1 Annex ESRS E1

Consumi di energia e mix energetico	u.m.	2024
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	Mwh	0,00
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	Mwh	741,80
Consumo di combustibile da gas naturale	Mwh	17,47
Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili	Mwh	0,00
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	Mwh	22.192,91
Consumo totale di energia da fonti fossili	**Mwh**	**22.952,18**
Consumo totale di energia da fonti nucleari	**Mwh**	**0,00**
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa	Mwh	0
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	Mwh	0
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta	Mwh	466,24
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	**Mwh**	**466,24**
Consumo totale di energia	**Mwh**	**23.418,42**
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	**%**	**98,01%**
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	**%**	**0,00%**
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	**%**	**1,99%**

Emissioni GHG	**u.m.**	**2024**
Emissione Scope 1	t $CO_{2\ eq}$	**4.502,41**
Scope 2 - Location Based	t $CO_{2\ eq}$	**9.568,25**
Scope 2 - Market Based	t $CO_{2\ eq}$	**11.109,10**
Scope 3	t $CO_{2\ eq}$	N.D.
Emissioni totali * - Location Based	t $CO_{2\ eq}$	14.070,66
Emissioni totali - Market Based	t $CO_{2\ eq}$	15.611,51

** Le emissioni totali presenti in tabella includono la somma delle emissioni di Scope 1 e Scope 2, dal momento in cui lo Scope 3 non è ancora disponibile.*

5.2 Annex ESRS S1

50a s1-6 50b s1-6 55a s1-7	Collaboratori complessivi per contratto di lavoro e per genere al 31 dicembre	2024
	Totale dipendenti	**941**
	Donne	346
	Uomini	595
	di cui a tempo indeterminato	***927***
	Donne	*343*
	Uomini	*584*
	di cui a tempo determinato	***14***
	Donne	*3*
	Uomini	*11*
	Totale altri collaboratori	**358**
	Donne	127
	Uomini	231
	di cui somministrati	***348***
	Donne	*126*
	Uomini	*222*
	di cui autonomi	***3***
	Donne	*0*
	Uomini	*3*
	di cui collaboratori a progetto	***0***
	Donne	*0*
	Uomini	*0*
	di cui agenti	***2***
	Donne	*0*
	Uomini	*2*
	di cui stage	***5***
	Donne	*1*
	Uomini	*4*

	Dipendenti complessivi per inquadramento e genere al 31 dicembre	2024
	Totale Dirigenti	**4**
	Donne	2
	Uomini	2
	Totale Quadri	**8**
	Donne	0
	Uomini	8
	Totale impiegati	**809**
	Donne	343
	Uomini	466
	Totale Operai	**120**
	Donne	1
	Uomini	119
	Totale dipendenti	**821**
	Totale donne	345
	Totale uomini	476

50b s1-6	Dipendenti per tipologia d'impiego e per genere al 31 dicembre	2024
	Full time	**624**
	Donne	102
	Uomini	522
	Part time	**317**
	Donne	244
	Uomini	73
	Totale dipendenti	**941**

50c s1-6	Nuovi dipendenti assunti, per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2024
	Sotto i 30 anni	**19**
	Donne	3
	Uomini	16
	Tra i 30 e i 50 anni	**35**
	Donne	9
	Uomini	26
	Oltre i 50 anni	**3**
	Donne	0
	Uomini	3
	Totale nuovi dipendenti	**57**
	Totale donne	12
	Totale uomini	45

50c s1-6	Dipendenti che hanno cessato il rapporto di lavoro, per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2024
	Sotto i 30 anni	**11**
	Donne	4
	Uomini	7
	Tra i 30 e i 50 anni	**40**
	Donne	20
	Uomini	20
	Oltre i 50 anni	**11**
	Donne	6
	Uomini	5
	Totale dipendenti cessati	**62**
	Totale donne	30
	Totale uomini	32

50c s1-6	Tassi di turnover (espresso in %) per genere e fascia d'età	2024
	Tasso turnover complessivo	**12,65%**
	Tasso di turnover in entrata	**6,06%**
	Donne	3,47%
	Uomini	7,56%
	Sotto i 30 anni	55,88%
	Tra i 30 e i 50 anni	6,60%
	Oltre i 50 anni	0,80%
	Tasso di turnover in uscita	**6,59%**
	Donne	8,67%

Uomini	5,38%
Sotto i 30 anni	32,35%
Tra i 30 e i 50 anni	7,55%
Oltre i 50 anni	2,92%

60a s1-8	**Percentuale dei dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva al 31 dicembre**	**2024**
	Totale dipendenti	941
	Numero di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	941
	Percentuale di dipendenti coperti	**100,0%**

63 a s1-8	**Percentuale globale di dipendenti coperti da rappresentanti dei lavoratori al 31 dicembre**	**2024**
	GDA	58%
	Di Carlo	100%
	OH	100%

66 s1-9	**Dipendenti, per fascia d'età e genere al 31 dicembre**	**2024**
	Sotto i 30 anni	**34**
	Donne	11
	Uomini	23
	Tra i 30 e i 50 anni	**530**
	Donne	186
	Uomini	344
	Oltre i 50 anni	**377**
	Donne	149
	Uomini	228
	Totale dipendenti	**941**
	Totale donne	346
	Totale uomini	595

66a s1-9	**Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età al 31 dicembre**	**2024**
	Sotto i 30 anni	**0**
	Donne	0
	Uomini	0
	Tra i 30 e i 50 anni	**0**
	Donne	0
	Uomini	0
	Oltre i 50 anni	**3**
	Donne	1
	Uomini	2
	Totale	**3**
	Totale donne	1
	Totale uomini	2

66a s1-9	Composizione del C.d.A. per genere e fascia d'età in % al 31 dicembre	2024
	Sotto i 30 anni	**0,00%**
	Donne	0,00%
	Uomini	0,00%
	Tra i 30 e i 50 anni	**0,00%**
	Donne	0,00%
	Uomini	0,00%
	Oltre i 50 anni	**100,00%**
	Donne	33,33%
	Uomini	66,67%
	Totale	**100,00%**
	Totale donne	33,33%
	Totale uomini	66,67%

79 S1-12; 80 S1-12	Percentuale di persone con disabilità presenti tra i dipendenti al 31 dicembre	2024
	Totale dipendenti	941
	Dipendenti appartenenti a categorie protette	**59**
	Donne	19
	Uomini	40
	Percentuale di dipendenti con disabilità su totale	**6,27%**
	Donne	32,20%
	Uomini	67,80%

RA76 S1-12: nelle categorie protette rientrano tutti gli individui con disabilità, patologie gravi e altre forme di invalidità psico-fisiche: persone con invalidità civile superiore al 45%; invalidi sul lavoro con invalidità superiore al 33%; invalidi di guerra e civili di guerra; persone non vedenti, con una vista pari o inferiore ad un decimo; persone sordomute; vedove, orfani, profughi, vittime del terrorismo e della criminalità organizzata.

83 a S1-13	Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera al 31 dicembre	2024
	Totale dipendenti	941
	Dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	**0**
	Donne	0
	Uomini	0
	Percentuale di dipendenti valutati	**0,00%**
	Donne	0,00%
	Uomini	0,00%

83 b S1-13	Ore di formazione medie per categoria di dipendente e per genere al 31 dicembre	2024
	Ore medie di formazione erogata ai Dirigenti	**8,50**
	Donne	7,00
	Uomini	10,00
	Ore medie di formazione erogata ai Quadri	**3,63**
	Donne	-
	Uomini	3,63
	Ore medie di formazione erogata a Impiegati	**3,62**
	Donne	3,82
	Uomini	3,47
	Ore medie di formazione erogata a Operai	**8,12**
	Donne	6,00
	Uomini	8,13
	Ore medie di formazione erogata ai dipendenti	**4,21**
	Totale donne	3,84
	Totale uomini	4,43

88b s1-14 88c s1-14 88d s1-14	Infortuni dei dipendenti al 31 dicembre	2024
	Numero di infortuni registrabili al 31 dicembre	**14**
	di cui occorsi al personale dipendente	14
	di cui a lavoratori esterni	0
	di cui, infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)	***14***
	di cui occorsi al personale dipendente	*14*
	di cui a lavoratori esterni	*0*
	di cui, infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)	***0***
	di cui occorsi al personale dipendente	*0*
	di cui a lavoratori esterni	*0*
	Numero di decessi sul lavoro	**0**
	di cui occorsi al personale dipendente	0
	di cui a lavoratori esterni	0
	Tasso di infortuni registrabili	**10,15**
	di cui occorsi al personale dipendente	10,15
	di cui a lavoratori esterni	0

88 e s1-14	Giorni di recupero relativi agli infortuni occorsi ai dipendenti al 31 dicembre	2024
	Totale giorni di recupero	**358**
	Dirigenti	0
	Quadri	0
	Impiegati	**246**
	di cui a donne	*50*
	di cui a uomini	*196*
	Operai	**112**
	di cui a donne	*0*
	di cui a uomini	*112*

93 a,b s1-15	Numero e percentuale di dipendenti che hanno avuto diritto e che hanno usufruito di congedi per motivi familiari per genere al 31 dicembre	2024
	Dipendenti aventi diritto a congedi parentali	**941**
	Donne	346
	Uomini	595
	Dipendenti che hanno usufruito a congedi parentali	**11**
	Donne	10
	Uomini	1
	Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi parentali	**100,00%**
	Donne	36,77%
	Uomini	63,23%
	Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi parentali	**1,17%**
	Donne	90,91%
	Uomini	9,09%

97 a s1-16	Divario retributivo di genere, definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e a quelli di sesso maschile, espressa in percentuale del livello retributivo medio dei lavoratori di sesso maschile al 31 dicembre *	2024
	COMPONENTE FISSA	
	Gender pay gap complessivo	**-5,34%**
	Livello Dirigente- Gender pay gap	-16,49%
	Livello Impiegato - Gender pay gap	-5,47%
	Livello Operaio - Gender pay gap	-6,83%
	COMPONENTE TOTALE (FISSA+VARIABILE)	
	Gender pay gap complessivo	**-5,84%**
	Livello Dirigente - Gender pay gap	-24,74%
	Livello Impiegato - Gender pay gap	-5,76%
	Livello Operaio - Gender pay gap	-6,96%

**Il divario retributivo, o anche "Gender Pay Gap" è definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e a quelli di sesso maschile. Il Gender Pay Gap è stato calcolato sulle posizioni di quadro e impiegato, poiché nel 2024 non sono presenti donne all'interno della categoria contrattuale dei Dirigenti.*
La categoria contrattuale del Quadro non è presente per mancanza di donne nella categoria.

97b s1-16	**Rapporto tra la remunerazione totale annua della persona che percepisce il salario più elevato e la remunerazione totale annua mediana di tutti i dipendenti (esclusa la persona con il salario più elevato) al 31 dicembre**	**2024**
	Divario retributivo	**3,88**

	Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani al 31 dicembre	**2024**
103 a s1-17	Numero totale di episodi di discriminazione, comprese le molestie	0
103 b s1-17	Numero di denunce presentate attraverso i canali predisposti affinché i lavoratori propri dell'impresa sollevino preoccupazioni	N.D.
103 c s1-17	l'importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni risultanti dagli incidenti e dalle denunce di cui sopra	N.D.
104 a s-17	Numero di incidenti gravi in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	N.D.
104 b s1-17	Importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni per gli incidenti in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	N.D.