



**REPORT SOSTENIBILITÀ**  
**2025**



# SOMMARIO

## **INTRODUZIONE**

IL MONDO DI POLO SPA - *PAG.5*  
LETTERA DEL PRESIDENTE - *PAG.6*  
NOTA METODOLOGICA - *PAG.8*  
INFORMAZIONI GENERALI - *PAG.10*  
MODELLO DI BUSINESS - *PAG.11*  
ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ E GESTIONE DEL RISCHIO - *PAG.12*

## **GOVERNANCE**

GOVERNANCE E CONDOTTA DELL'IMPRESA - *PAG.15*  
GESTIONE DELLA CATENA DEL VALORE - *PAG.17*  
INNOVAZIONE - *PAG.18*

## **AMBIENTE**

AMBIENTE - *PAG.21*  
CAMBIAMENTO CLIMATICO - *PAG.22*  
ECONOMIA CIRCOLARE - *PAG.24*  
ACQUA E RISORSE MARINE - *PAG.27*

## **PERSONE**

PERSONE - *PAG.29*

## **CLIENTI**

CONSUMATORI E UTILIZZATORI - *PAG.33*  
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE - *PAG.34*

## **APPENDICE**

APPENDICE AMBIENTALE - *PAG.37*  
NOTA METODOLOGICA SULLA DOPPIA MATERIALITÀ - *PAG.39*  
TABELLE - *PAG.44*  
ESRS INDEX - *PAG.46*



# INTRODUZIONE



## IL MONDO DI POLO SPA

Fondata nel 1979, Polo SpA è un'impresa di riferimento nel settore del **food service**, specializzata nella fornitura di food and beverage e non food. Opera prevalentemente nelle regioni del **Nord e Centro Italia**, con una copertura che si estende dal Veneto alla Liguria, fino alle Marche, attraverso una rete logistica capillare e fortemente strutturata. Con un'esperienza maturata in oltre **quattro decenni di attività**, l'azienda ha saputo consolidare una presenza solida e riconosciuta all'interno del settore Ho.Re.Ca. (hotel, ristoranti e catering), affermandosi rapidamente come un vero e proprio POLO DEL FOOD A 360° che spazia dall'antipasto alla detergenza professionale. La proposta commerciale dell'azienda si articola infatti in **oltre 8.000 referenze**, suddivise in tre principali categorie merceologiche: **congelato, fresco e temperatura ambiente**. A supporto del servizio, l'azienda si avvale di una rete di consulenti specializzati e di un canale e-commerce. L'attenzione alla qualità, alla trasparenza dei rapporti commerciali e all'innovazione costante costituisce il fondamento valoriale dell'azienda, che ha costruito nel tempo relazioni solide con fornitori selezionati e clienti fidelizzati.

Polo SpA si contraddistingue dalle altre aziende operanti nel settore grazie all'investimento continuo in **innovazione tecnologica e automazione dei processi**, esemplificato dalla realizzazione, nel

2011, di **uno stabilimento automatizzato**, in grado di operare contemporaneamente su tre diverse fasce di temperatura (-20°C, 0°C +4°C e ambiente) e di gestire in modo efficiente l'intera gamma di referenze, dalle confezioni più delicate alle più ingombranti, garantendo tracciabilità completa, abbattendo gli errori e riducendo i tempi di evasione degli ordini. Questo sistema è stato concepito non solo come strumento di efficienza logistica, ma anche come risposta concreta al miglioramento delle condizioni lavorative degli operatori, liberandoli da ambienti ostili come le celle frigorifere a bassa temperatura.

Ad oggi, Polo S.p.A. si posiziona tra le prime cinque realtà italiane del comparto per fatturato, in un mercato altamente competitivo che annovera oltre 4.000 operatori attivi. A differenza dei principali competitor, spesso appartenenti a gruppi multinazionali o fondi di investimento, l'azienda mantiene **una governance familiare** che ha dimostrato negli anni una capacità distintiva di coniugare crescita, innovazione e responsabilità sociale, facendosi promotrice di una cultura imprenditoriale radicata nel territorio, ma orientata all'eccellenza tecnologica e operativa.

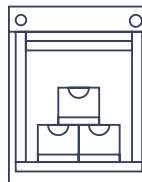
# LETTERA DEL PRESIDENTE

*Gentili lettrici, gentili lettori,*

è con grande orgoglio e senso di responsabilità che vi presentiamo il nostro **primo Bilancio di Sostenibilità**, relativo all'anno 2025.

Questo documento non rappresenta semplicemente una rendicontazione di dati, ma racconta l'anima della nostra azienda. È la fotografia trasparente del nostro impatto ambientale, sociale e di governance (ESG), ma soprattutto è una promessa formale per il futuro. Negli ultimi mesi ci siamo messi in ascolto e abbiamo analizzato a fondo i nostri processi raggiungendo traguardi importanti, tra cui:

1



L'entrata a pieno regime del **nuovo magazzino verticale multishuttle** interamente automatizzato. Una struttura antisismica all'avanguardia in Europa da 100.000 colli di capacità, operante su tre diverse fasce di temperatura ambiente (da -20°C a +4°C). L'impiego di 120 navette shuttle automatizzate e algoritmi predittivi ha permesso di ottimizzare i consumi energetici di stoccaggio, azzerare i margini di errore e garantire la massima integrità della catena del freddo, riducendo gli sprechi di prodotto.

2



Il consolidamento della nostra storica strategia di coibentazione naturale tramite i **tetti verdi con terra e vegetazione** (introdotti già nel 2008), che riducono la dispersione termica e limitano il raffreddamento forzato. A questo approccio si aggiunge la recente conversione dell'impianto di raffreddamento a un sistema ad ammoniaca, una soluzione ecologica che garantisce una riduzione significativa delle emissioni rispetto ai tradizionali impianti alimentati a gas, ottimizzando i consumi dell'intera struttura.



3



L'attivazione del nuovo servizio di **mensa aziendale**, un'iniziativa che unisce il benessere dei nostri collaboratori alla solidarietà sociale. Il servizio, è affidato a una cooperativa sociale partner, che si occupa di inserimento lavorativo di persone con fragilità, traducendo i nostri valori in un sostegno concreto alla comunità e alle realtà purpose-driven.

4



Il consolidamento della nostra piattaforma evoluta di **e-commerce**, sviluppata non come semplice canale di vendita, ma come ecosistema di servizio per il cliente garantendo l'accesso immediato a giacenze e schede tecniche e che ci permette di posizionarci come partner d'avanguardia e interattivo nel panorama del food service.

Guardare al domani significa comprendere che la sostenibilità non è una destinazione finale, bensì un viaggio di miglioramento continuo. Nel presentare questo primo documento siamo pienamente consapevoli che c'è ancora molto da fare e che le sfide globali richiedono risposte sempre più rapide e concrete.

Per questa ragione, non consideriamo questo report come un traguardo ma come il nostro punto di partenza. È la base valoriale su cui costruiremo i nostri prossimi passi, misurando ogni progresso con trasparenza e rigore.

**Il ringraziamento più grande va ai nostri collaboratori, partner e clienti.** Grazie per condividere la nostra stessa visione e per essere concretamente al nostro fianco in questo percorso di cambiamento.

*Con gratitudine,*

  
**Galdino Peruzzo**  
**POLO SPA**

# NOTA METODOLOGICA

[BP-1 – Criteri generali per la redazione della dichiarazione sulla sostenibilità; BP-2 – Informativa in relazione a circostanze specifiche]

Il presente documento rappresenta il **primo Bilancio di Sostenibilità di Polo SpA** (di seguito anche “Azienda” o “Polo”), approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 27/04/2026.

Il bilancio rappresenta uno strumento di comunicazione che descrive, in modo trasparente e articolato, i risultati conseguiti in ambito economico, sociale e ambientale e mostra l’impegno dell’azienda a favore dello sviluppo sostenibile, con il fine di creare valore non solo per Polo SpA, ma anche per i propri stakeholder.

Polo, nel presente documento, ha rendicontato le informazioni previste dagli **Standard VSME**, con l’obiettivo di adottare un modello di reporting fondato su criteri riconosciuti e validati a livello europeo. Accanto alle richieste degli VSME, l’azienda ha svolto un’analisi di Doppia Materialità seguendo i principi degli ESRS e le linee guida emanate da EFRAG, al fine di identificare in modo più completo i temi rilevanti per il proprio modello di business e per i propri stakeholder.

I seguenti standard supportano quindi queste entità nel:

- contribuire a un’economia più sostenibile e inclusiva;
- migliorare la gestione delle questioni di sostenibilità e migliorare la competitività e resilienza nel breve medio e lungo periodo;
- facilitare l’accesso a fonti di credito;
- fornire informazioni che vengono richieste dagli attori della catena del valore (obbligati dalla CSRD).

Polo SpA nel presente documento ha rendicontato parte delle informazioni previste dagli **ESRS**, in ottemperanza al criterio di obbligatorietà introdotto dalla direttiva; in aggiunta a tali richieste, ha condotto un’analisi di materialità basandosi sui dati e le informazioni rilevanti per il proprio contesto interno ed esterno.

In particolare, Polo SpA ha rendicontato le seguenti informazioni richieste dalle seguenti informative:

- **B1** – Base di preparazione;
- **B2** – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un’economia più sostenibile;
- **B3** – Energia ed emissioni di gas a effetto serra;
- **B5** – Biodiversità;
- **B6** – Acqua;
- **B7** – Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti;
- **B8** – Forza lavoro – Caratteristiche generali;
- **B9** – Forza lavoro – Salute e sicurezza;
- **B10** – Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione;
- **B11** – Condanne e sanzioni per corruzione e concussione.

Non sono rendicontate le informazioni richieste dallo standard B4 – Inquinamento dell’aria, dell’acqua e del suolo, perché il tema non risulta materiale; gli altri standard verranno inseriti nelle edizioni future del bilancio di sostenibilità.

Il presente documento conferma l'impegno dell'azienda nello sviluppo di **un percorso rigoroso e credibile**, che faccia crescere, in una logica di consolidamento continuo, la cultura organizzativa interna e rinforzi i sistemi e gli strumenti di misurazione e comunicazione del valore economico, sociale e ambientale prodotto per gli stakeholder, interni ed esterni, le comunità e i territori serviti.

Per fornire una rappresentazione fedele della gestione aziendale e degli impatti derivanti dall'attività aziendale, sono stati:

- applicati i principi di rendicontazione di sostenibilità previsti dagli standard più diffusi a livello internazionale;
- raccolti i dati e le informazioni di contesto in cui l'azienda opera;
- identificati e rendicontati i temi materiali, cioè i temi individuati come rilevanti alla luce dell'analisi di materialità.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e valutare l'andamento della società, le informazioni relative all'esercizio in esame sono state comparate con quelle dell'esercizio precedente ove possibile; in alternativa si è ricorso all'uso di stime fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il perimetro delle informazioni e dei dati è il medesimo del bilancio d'esercizio della Società.

Per la redazione del documento Polo si è avvalsa di **qualificate professionalità interne ed esterne** all'azienda. In particolare, il gruppo interdisciplinare che ha preso parte alla predisposizione del Bilancio di Sostenibilità è stato guidato da Elena Peruzzo, Responsabile della sostenibilità aziendale.

La **periodicità del documento** è di tipo annuale e fa riferimento all'esercizio 2025 (dal 1° gennaio 2025 al 31° dicembre 2025), con i dati comparati con l'anno precedente.

**Un indice dei contenuti degli ESRS** è riportato alla fine del documento con lo scopo di fornire una panoramica degli indicatori riportati e le relative pagine di riferimento.

Gli indicatori fondamentali di prestazione utilizzati sono quelli richiesti dagli standard adottati e sono rappresentativi delle varie aree, nonché coerenti con il business e gli impatti dallo stesso prodotti. La scelta degli indicatori fondamentali di prestazione da rendicontare ha preso in considerazione la prima analisi di materialità condotta nel corso del 2024.

Per la metodologia utilizzata per l'individuazione dei temi materiali, fare riferimento al sottocapitolo **"L'analisi di materialità"**. Per la rendicontazione puntuale delle attività svolte e gli obiettivi dell'anno 2024 si rimanda invece ai capitoli relativi ai temi materiali dell'azienda.



## INFORMAZIONI GENERALI

*[SBM-1 – Strategia, modello aziendale e catena del valore]*

Polo SpA fonda il proprio approccio strategico su **una visione d'impresa** orientata all'eccellenza operativa, alla qualità dell'offerta e alla costruzione di relazioni solide e durature lungo tutta la filiera, con particolare attenzione alla capacità di adattamento ai cambiamenti del mercato e alle esigenze in evoluzione della clientela. In un contesto forte-

mente competitivo e dinamico, l'azienda ha strutturato un modello di business in grado di coniugare efficienza, innovazione e prossimità, costruendo nel tempo una catena del valore solida e resiliente, caratterizzata da un'elevata integrazione verticale e da investimenti continui in tecnologie innovative.

## MODELLO DI BUSINESS

Il quartier generale di Polo SpA si trova a **Teolo (PD)**, punto nevralgico da cui vengono gestite tutte le operazioni di approvvigionamento e distribuzione. Il modello di business aziendale si basa su una gestione altamente strutturata e programmata delle attività di approvvigionamento, logistica e distribuzione, in grado di rispondere con rapidità e precisione alle esigenze di un portafoglio clienti estremamente diversificato, che ristoranti, pizzerie, bar, trattorie, strutture alberghiere, GDO e servizi di catering, assicurando sempre elevati standard di qualità, sicurezza e servizio. La rete logistica è composta da **automezzi coibentati e dotati di sistema di localizzazione**, garantendo così il pieno rispetto della catena del freddo fino al momento della consegna al cliente finale. L'approvvigionamento delle merci rappresenta una fase strategica e determinante del modello di business: la rete di fornitori di Polo è composta da **oltre 600 fornitori**, prevalentemente italiani ed europei, ma con una quota significativa anche proveniente da Paesi extra-UE per l'ittico, come Tunisia, Marocco, Asia e Argentina, mentre per quanto riguarda il settore delle carni ci si rivolge anche al Brasile. L'attività di acquisto è gestita in parte direttamente da Polo SpA e in parte attraverso Gel Group, un consorzio di acquisto che consente di ottenere condizioni favorevoli

grazie alla forza negoziale congiunta delle imprese aderenti. La previsione degli approvvigionamenti, specie per i prodotti a lunga programmazione (es. calamari o altre referenze surgelate), può avvenire anche con un anno di anticipo rispetto alla consegna effettiva, e viene supportata da sistemi informatici basati sull'analisi storica della domanda; tuttavia, la natura variabile del mercato e l'evoluzione dei gusti dei consumatori possono comportare discrepanze tra le previsioni e i reali volumi di vendita: in questi casi, l'azienda attiva strategie di valorizzazione dei prodotti attraverso percorsi formativi e dimostrativi rivolti sia al personale interno sia ai clienti, rafforzando il legame con il brand e favorendo la conoscenza delle referenze meno richieste. Il rapporto con **il cliente** rappresenta un secondo pilastro fondamentale del modello di business, costruito grazie a un approccio esperienziale e personalizzato che comporta l'organizzazione di eventi dedicati, con un numero selezionato di partecipanti, finalizzati a trasmettere il valore dell'innovazione tecnologica e l'unicità dell'impianto automatizzato dell'azienda; un approccio più impegnativo in termini di risorse ed energie rispetto alla partecipazione alle fiere ma che ha dimostrato un alto grado di efficacia nella fidelizzazione della clientela, che percepisce attenzione, competenza e prossimità.

600  
fornitori,  
prevalentemente  
italiani ed europei

# ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ E GESTIONE DEL RISCHIO

[SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori di interessi; SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale; IRO-1 – Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti]

La Doppia Materialità rappresenta lo strumento attraverso cui Polo ha analizzato in modo strutturato **i principali impatti, rischi e opportunità** legati alle proprie attività, considerando sia gli effetti generati sull'ambiente e sulla società (materialità d'impatto), sia le implicazioni che i fattori di sostenibilità possono avere sulle performance, sulla solidità e sulla continuità del modello di business (materialità finanziaria). L'analisi è stata condotta in coerenza con i principi degli ESRS e con le linee guida EFRAG (in particolare ESRS 1 e EFRAG IG 1), pur nel quadro di rendicontazione degli Standard VSME, con l'obiettivo di individuare in modo consapevole e proporzionato i temi di sostenibilità maggiormente rilevanti per l'azienda e per i propri stakeholder. In questa prospettiva, la Doppia Materialità non è stata intesa come un adempimento formale, ma come un esercizio di analisi e riflessione strategica, volto a rafforzare la capacità dell'azienda di comprendere il proprio contesto, anticipare i cambiamenti e integrare progressivamente la sostenibilità nei processi decisionali e di governance.

La base informativa del processo (dataset) è stata costruita integrando **fonti interne** (interviste, documentazione aziendale e dati gestionali) e **fonti esterne di contesto** (analisi PESTEL), con l'obiettivo di raccogliere evidenze osservabili e misurabili. La valutazione è stata effettuata coinvolgendo stakeholder interni ed esterni, che hanno valutato i dati selezionati tramite la web application **Mosaic – Design your Decision**, che ha consentito di posizionare gli item in una matrice SWOT e di stimarne impatti e rilevanza economico-finanziaria su orizzonti temporali di breve, medio e lungo periodo, facendo riferimento alle macro-aree Ambiente, Società e Governance.

Gli item sono stati quindi aggregati e ricondotti alle corrispondenti aree ESRS, selezionando quelli risultati più rilevanti in termini di doppia materialità. Il processo ha portato all'identificazione di **otto temi materiali per Polo**.



## 8 TEMI MATERIALI

Energia ed emissioni

Economia circolare

Risorse idriche e marine

Forza lavoro propria

Soddisfazione del cliente

Consumatori e utenti finali

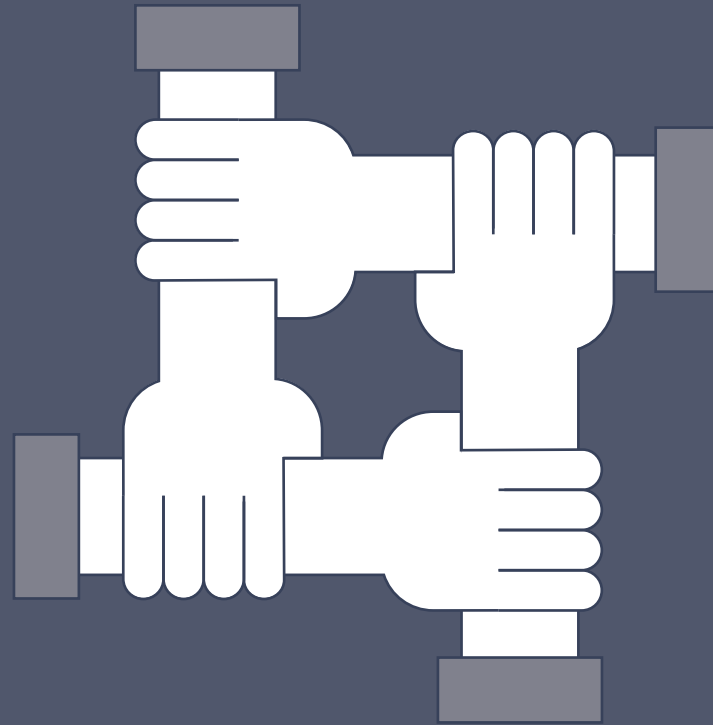
Innovazione

Condotta dell'impresa

Tali temi costituiscono la base per l'impostazione del presente Bilancio di Sostenibilità e per l'orientamento delle priorità di miglioramento e rendicontazione per i prossimi anni. Per una descrizione dettagliata del percorso metodologico adottato, dei criteri di valutazione, delle modalità di coinvolgimento degli stakeholder e degli strumenti di elaborazione dei risultati, si rimanda all'Appendice - **Nota metodologica sulla Doppia Materialità**, che costituisce parte integrante del presente documento.

Di seguito viene riportata **una tabella di sintesi** elaborata a partire dagli impatti e dagli scenari riportati all'interno dell'Appendice. La classificazione "**Rischio/Opportunità**" indica la prevalenza dal punto di vista economico-finanziario, pur potendo coesistere elementi di segno opposto.

| TEMA MATERIALE                   | DESCRIZIONE DELL'IMPATTO SINTETICA                                                     | MATERIALITÀ D'IMPATTO | MATERIALITÀ FINANZIARIA | DESCRIZIONE                                                                                                           |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Innovazione</b>               | Automazione del magazzino: maggiore efficienza, riduzione errori, ottimizzazione tempi | Positivo              | Positivo                | L'automazione genera efficienza operativa e miglior servizio, con benefici economici e investimenti nel lungo periodo |
| <b>Condotta d'impresa</b>        | QR code su bolle per trasparenza e dematerializzazione                                 | Positivo              | Positivo                | Il QR code aumenta trasparenza e riduce costi documentali, migliorando l'efficienza                                   |
| <b>Energia ed emissioni</b>      | Uso rinnovabili, tetti verdi, impianto ad ammoniaca, autoproduzione                    | Positivo              | Positivo                | Riduce emissioni e stabilizza costi energetici con ritorni nel medio-lungo periodo                                    |
|                                  | Camion non saturi per i trasporti                                                      | Negativo              | Negativo                | Inefficienza logistica genera maggiori emissioni e costi elevati, difficile intervenire per vincoli cliente           |
|                                  | Alto consumo energetico della catena del freddo                                        | Negativo              | Negativo                | Costi fissi elevati e impatto ambientale strutturale, poche possibilità di miglioramento                              |
| <b>Economia circolare</b>        | Smaltimento e valorizzazione merce in scadenza                                         | Negativo              | Negativo                | Perdita di ricavi e spreco risorse; mitigabile con vendite mirate e acquisti migliori                                 |
|                                  | Packaging: aumento rifiuti e costi per incompatibilità cartoni                         | Negativo              | Negativo                | Crescita costi e rifiuti; necessità accordi con fornitori per ridurre impatto                                         |
|                                  | 85% rifiuti riciclati                                                                  | Positivo              | Positivo                | Riduce smaltimento e mostra forte impegno ambientale                                                                  |
| <b>Risorse idriche</b>           | Nuovo pozzo: minore uso rete idrica                                                    | Positivo              | Positivo                | Riduce pressione sulle reti e stabilizza costi idrici nel lungo periodo                                               |
| <b>Forza lavoro</b>              | Mensa a disposizione del personale                                                     | Positivo              | Positivo                | Riduce turnover e assenteismo con benefici nel lungo periodo                                                          |
|                                  | Flessibilità oraria e work-life balance                                                | Positivo              | Positivo                | Migliora produttività e soddisfazione riducendo rischi HR                                                             |
| <b>Consumatori</b>               | Linea Bio tutela biodiversità                                                          | Positivo              | Positivo                | Posizionamento sostenibile e maggiore fiducia dei clienti                                                             |
|                                  | Consegna entro 12 ore                                                                  | Positivo              | Negativo                | Aumenta competitività e fidelizzazione, con costi logistici rilevanti                                                 |
| <b>Soddisfazione dei clienti</b> | E-commerce avanzato riduce errori e aumenta autonomia                                  | Positivo              | Positivo                | Efficienza commerciale elevata, richiede aggiornamenti digitali futuri                                                |



GOVERNANCE

## GOVERNANCE E CONDOTTA DELL'IMPRESA

*GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; GOV 2 – Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate; GOV-3 – Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione; GOV-4 – Dichiarazione sul dovere di diligenza; GOV-5 – Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità*

La struttura societaria di Polo vede al proprio vertice il **Consiglio di Amministrazione**, composto interamente da membri della famiglia fondatrice più un consigliere indipendente che si occupa delle principali decisioni di indirizzo strategico e di governance. L'impianto decisionale è improntato alla collegialità, alla trasparenza e alla responsabilità, coerente con la natura familiare dell'impresa e al tempo stesso orientato all'evoluzione verso una maggiore strutturazione interna. In un contesto competitivo in costante trasformazione, l'azienda ha saputo mantenere una solida identità imprenditoriale, valorizzando il coinvolgimento diretto della proprietà nella definizione delle scelte strategiche, con l'obiettivo di garantire una crescita sostenibile e progressiva del business.



Per quanto riguarda la composizione della governance di Polo, il Consiglio di Amministrazione è composto in maniera equilibrata per il 50% da donne e 50% uomini.

| CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE | RUOLO                    | DATA NOMINA | FASCIA ETÀ | GENERE |
|------------------------------|--------------------------|-------------|------------|--------|
| Galdino Peruzzo              | Presidente CdA           | 05/06/2023  | >65        | M      |
| Gloriana Albertin            | Amministratrice Delegata | 05/06/2023  | >65        | F      |
| Elena Peruzzo                | Amministratrice Delegata | 30/07/2024  | 40 - 60    | F      |
| Riccardo Peruzzo             | Amministratore Delegato  | 30/07/2024  | 30 - 40    | M      |
| Marta Peruzzo                | Amministratrice Delegata | 30/07/2024  | 30 - 40    | F      |
| Giorgio Spina                | Consigliere              | 12/09/2024  | 40 - 60    | M      |



In ottica di formalizzazione e incremento delle buone pratiche relative alla condotta d'impresa, Polo ha recentemente implementato il sistema di whistleblowing, volto a promuovere la trasparenza interna e il rispetto della legalità; inoltre, pur non disponendo attualmente di un **Codice Etico**, l'azienda ne ha pianificato lo sviluppo **nel prossimo futuro**, consapevole del valore di tale documento come strumento fondamentale per rafforzare la cultura aziendale, tutelare le persone e guidare il comportamento organizzativo. In considerazione della lunga permanenza di molti collaboratori - alcuni dei quali in azienda da oltre trent'anni - il percorso di formalizzazione delle regole etiche sarà condotto in modo graduale e partecipato, per garantire coerenza con i valori fondanti e consolidare un clima organizzativo basato sulla fiducia reciproca. Per quanto riguarda la compliance normativa e della qualità del prodotto, Polo ha adottato nel tempo una serie di strumenti di controllo e certificazione. Dopo aver mantenuto per oltre quindici anni la certificazione ISO 9001, l'azienda ha deciso di orientarsi verso la certificazione ISO 22000, specificamente focalizzata sulla sicurezza alimentare.

Tale standard garantisce il rispetto dei requisiti relativi a contaminanti microbiologici, corpi estranei, formazione del personale e manutenzione degli impianti, e risponde in modo più mirato alle richieste dei clienti e agli standard del settore food service. A ciò si affiancano la certificazione per i prodotti biologici e il rispetto di un disciplinare volontario per l'etichettatura delle carni dry-aged, che prevede audit periodici per il controllo della tracciabilità. L'attenzione alla trasparenza e alla tracciabilità delle informazioni si riflette anche nell'introduzione di un sistema basato su QR Code integrato nella documentazione di consegna, che consente ai clienti di accedere in tempo reale a tutte le informazioni tecniche e normative relative ai prodotti acquistati, un servizio particolarmente apprezzato in occasione di controlli ufficiali, che rafforza ulteriormente la reputazione dell'azienda in termini di affidabilità e conformità.

## GESTIONE DELLA CATENA DEL VALORE

La catena del valore di Polo SpA ha uno sviluppo globale e si caratterizza per **un'elevata attenzione alla qualità**, alla sicurezza dei prodotti e alla tracciabilità delle informazioni lungo tutte le fasi del ciclo di approvvigionamento e distribuzione. Nel tempo, l'azienda ha sviluppato processi rigorosi di **qualifica e monitoraggio dei fornitori**: il processo di qualificazione prevede, fin dalla fase di codifica iniziale, la somministrazione di **un questionario tecnico** mirato a valutare parametri chiave legati alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, oltre alla richiesta di documentazione certificativa e schede tecniche. Successivamente, l'azienda effettua uno o due audit all'anno, recandosi fisicamente presso le sedi produttive dei propri fornitori al fine di verificare la corrispondenza tra quanto dichiarato nel questionario e le condizioni operative effettive. Nel caso emergano discrepanze gravi o dichiarazioni non veritiere, tali situazioni vengono segnalate all'Ufficio Acquisti e, nei casi più critici, possono comportare il blocco della merce e il reso al mittente. Tuttavia, la politica dell'azienda è improntata al supporto e al miglioramento, quindi soprattutto con fornitori di piccola dimensione o poco strutturati è Polo stessa ad affiancarli e supportarli nella realizzazione di etichette e documenti che rispondano alla normativa vigente, farsi carico di predisporre in autonomia etichette o schede tecniche, al fine di mantenere la relazione commerciale nel

rispetto degli standard richiesti. Operativamente, questa gestione delle **schede tecniche** comporta che tutti i dati sensibili relativi ai prodotti, come la data di scadenza, il lotto di produzione, il tipo di imballaggio, il grado di glassatura, la zona di pesca e il marchio, vengano registrati manualmente al momento dell'ingresso merci, con il prodotto fisicamente presente. Qualora uno di questi elementi differisca rispetto alla versione precedente, viene automaticamente generata una nuova versione della scheda tecnica nel gestionale aziendale. Il sistema permette di monitorare quotidianamente le schede aggiornate e, in caso di incongruenze, di attivare un processo di verifica interna oppure di richiedere la documentazione aggiornata al fornitore. Le schede tecniche sono associate al lotto di riferimento e rese disponibili digitalmente sia per i consulenti commerciali sia per i clienti, i quali possono scaricarle direttamente dalla piattaforma web. Questo livello di dettaglio, seppur molto impegnativo dal punto di vista operativo, consente di offrire un servizio di trasparenza avanzata, fortemente apprezzato soprattutto in contesti di controllo ufficiale.

Per quanto riguarda **l'approvvigionamento delle materie prime**, una quota significativa (circa il 90% del prodotto ittico) proviene da fornitori esteri, operanti in contesti geopolitici ed economici spesso

complessi. I paesi extra-UE coinvolti nella catena di fornitura del pesce surgelato sono spesso distanti non solo geograficamente, ma anche dal punto di vista culturale e normativo, e attualmente si trovano ad affrontare sfide molto impattanti su più livelli: l'aumento dei costi di trasporto legato a situazioni internazionali (es. crisi nel Canale di Suez), la diminuzione delle quote di pesca, gli effetti concreti del cambiamento climatico, che ha modificato i flussi migratori delle specie e le abitudini di pesca, sono tra gli elementi che contribuiscono a determinare dinamiche di mercato instabili e, talvolta, insostenibili per gli operatori locali.

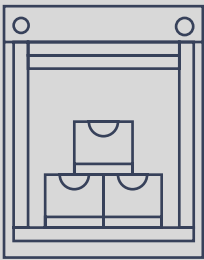
### Obiettivi futuri

Per il prossimo futuro, Polo andrà a **riqualificare tutti i suoi fornitori** così da avere una panoramica aggiornata in tempo reale della propria catena del valore dal punto di vista della compliance agli standard richiesti.

INNOVAZIONE

L'innovazione tecnologica rappresenta per Polo **un asset strategico fondamentale** e che distacca l'azienda dai propri concorrenti. In questo contesto, una delle scelte più distintive è certamente l'introduzione, sin dal 2011, di **un sistema di magazzino automatizzato per la gestione dei prodotti surgelati**, che rappresenta un unicum a livello mondiale nel settore del food service. La particolarità dell'impianto risiede nella sua capacità di operare simultaneamente in tre diverse fasce di temperatura, da (-20°C, 0°C +4°C e ambiente), gestendo con precisione oltre 8.000 referenze, che variano in modo significativo per forma, dimensione e modalità di confezionamento, dalla torta lunga e stretta alla scatola di calamari. Questa flessibilità operativa, supportata da **un software altamente evoluto**, consente all'impianto di adattarsi automaticamente alla natura del prodotto da stoccare o movimentare, riducendo al minimo il margine di errore e ottimizzando i tempi di evasione degli ordini. Come si evince dalla tabella sottostante, gli errori in magazzino sono drasticamente diminuiti:

| LINEA                                                            | ANNO | N° INEVASI | MOTIVAZIONE INEVASO                 | TOTALE ANNO | DELTA ERRORI MAGAZZINO |
|------------------------------------------------------------------|------|------------|-------------------------------------|-------------|------------------------|
| fresco                                                           | 2024 | 9          | GIACENZA ERRATA                     |             |                        |
| fresco                                                           | 2024 | 286        | INEVASO RISCONTRATO DURANTE PICKING | 295         |                        |
| fresco                                                           | 2025 | 3          | GIACENZA ERRATA                     |             |                        |
| fresco                                                           | 2025 | 11         | INEVASO RISCONTRATO DURANTE PICKING | 14          |                        |
| VARIAZIONE ERRORI-MANCANZE DI MAGAZZINO FRESCO GENNAIO 2024-2025 |      |            |                                     |             | -95,30%                |
| secco                                                            | 2024 | 4          | GIACENZA ERRATA                     |             |                        |
| secco                                                            | 2024 | 107        | INEVASO RISCONTRATO DURANTE PICKING |             |                        |
| secco                                                            | 2024 | 6          | MERCE MANCANTE MAGAZZINO            | 117         |                        |
| secco                                                            | 2025 | 1          | GIACENZA ERRATA                     |             |                        |
| secco                                                            | 2025 | 24         | INEVASO RISCONTRATO DURANTE PICKING | 25          |                        |
| VARIAZIONI ERRORI-MANCANZE DI MAGAZZINO SECCO GIUGNO 2024-2025   |      |            |                                     |             | -78,60%                |



La particolarità dell'impianto risiede nella sua capacità di operare simultaneamente in tre diverse fasce di temperatura, da (-20°C, 0°C +4°C e ambiente), gestendo con precisione oltre 8.000 referenze



L'impianto è in costante evoluzione grazie a investimenti mirati e continuativi: due anni fa, infatti, il magazzino automatizzato è stato **ulteriormente potenziato**, aggiungendo la gestione dei prodotti freschi e le carni lavorate dal laboratorio interno di sezionamento. L'intero sistema permette ad oggi di evadere un ordine, sia che esso provenga da agenti commerciali sia che provenga dall'e-commerce, **entro solo 12 ore dalla ricezione**, a condizione che venga trasmesso entro le 18:30 del giorno precedente. La rapidità e l'affidabilità del sistema rappresentano un vantaggio competitivo rilevante, riconosciuto dai clienti e difficilmente replicabile dai concorrenti. Questi investimenti sono stati fortemente voluti anche **per migliorare le condizioni**

**di lavoro dei dipendenti**, in particolare di coloro che, in precedenza, operavano manualmente in ambienti a temperature estremamente rigide per lunghi turni. L'impianto consente oggi di ridurre drasticamente l'esposizione diretta al freddo, riservando agli operatori un ruolo di supervisione e composizione del bancale, attività che si svolge in ambienti più controllati e in condizioni più sicure. Ogni macchina automatizzata è attiva mediamente 10-12 ore al giorno ed è soggetta a un programma rigoroso di **manutenzione**: ordinaria (giornaliera), trimestrale e annuale, inclusiva di operazioni complesse quali la lubrificazione e la sostituzione dei componenti. L'azienda dispone di uno scadenziario dettagliato e di un registro formale degli in-

terventi e delle eventuali anomalie riscontrate, a garanzia della continuità operativa dell'impianto; inoltre, gli operatori fanno riferimento a procedure formalizzate di controllo e a checklist specifiche per l'accesso ai locali automatizzati.

In aggiunta al magazzino fisico, Polo ha sviluppato un **e-commerce altamente performante**, che oggi genera circa **il 18% del fatturato**; questo portale consente una personalizzazione e un'autonomia significative agli utenti, aumentando così la fidelizzazione dei clienti e contribuendo, al contempo, alla riduzione dei costi operativi e all'ottimizzazione dei flussi logistici.

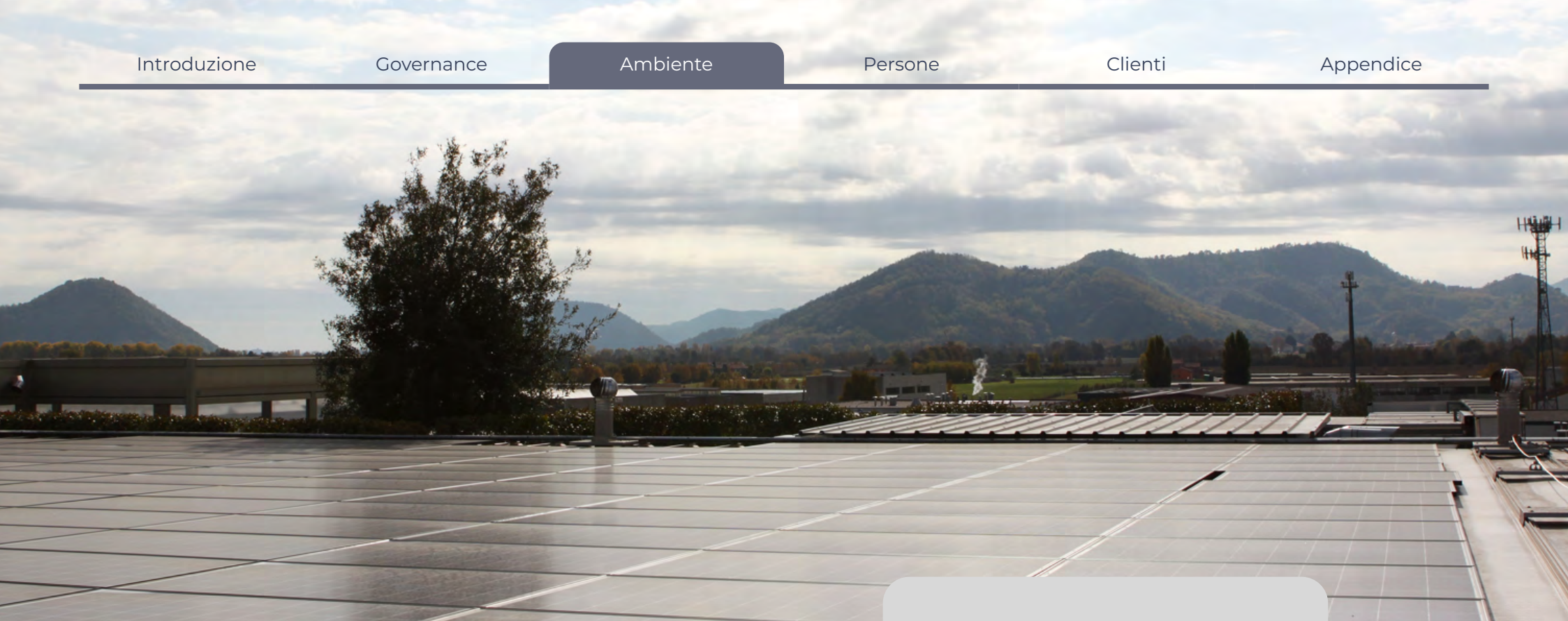


## Obiettivi futuri

Nel prossimo futuro è previsto il completamento di un ampliamento del magazzino, che sarà fisicamente collegato alla struttura esistente; parallelamente Polo ha intenzione collaborare con una società di consulenza esterna per implementare, anche tramite l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, un progetto di ottimizzazione della logistica.

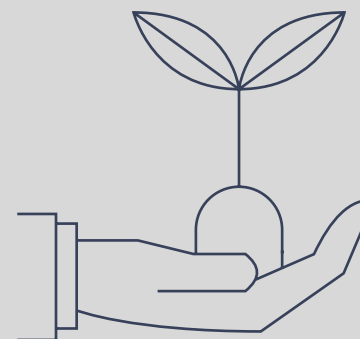


AMBIENTE



## AMBIENTE

In un contesto globale sempre più segnato dagli effetti tangibili del cambiamento climatico, Polo SpA ha deciso di pianificare e concretizzare una progettualità di responsabilità ambientale articolata lungo più direzioni e avente lo scopo di incorporare l'economia circolare nei propri processi, **ridurre le emissioni e ottimizzare progressivamente l'uso delle risorse**. Si tratta di un impegno sistematico volto a minimizzare l'impronta ecologica dell'azienda, per renderla più resiliente, responsabile e competitiva. Nei capitoli che seguono verranno descritte nel dettaglio le attività portate avanti da Polo durante gli ultimi anni.



## CAMBIAMENTO CLIMATICO

Polo affronta il tema dell'energia e delle emissioni con un approccio pragmatico, in cui la sostenibilità non è solo un obiettivo teorico, ma un insieme di scelte operative, tecnologiche e organizzative che si intrecciano con la gestione quotidiana dell'attività; partendo dalla consapevolezza della natura energivora della propria catena del valore, l'azienda ha perciò intrapreso un percorso di ottimizzazione volto a **ridurre l'impatto ambientale**. Già dal momento dell'approvvigionamento energetico, Polo opta per energia proveniente da fonti rinnovabili certificate; a integrazione, l'azienda dispone anche di **un impianto fotovoltaico che copre una parte dei consumi aziendali**.



Gli interventi strutturali effettuati sugli stabilimenti hanno coinvolto anche l'impianto di raffreddamento, che è stato convertito a un sistema basato sull'uso di ammoniaca, soluzione che garantisce una riduzione significativa delle emissioni rispetto ai tradizionali impianti alimentati a gas, contribuendo così al contenimento dei consumi e al miglioramento dell'efficienza termica complessiva. Già nel 2008, però, con l'adozione di **tetti verdi con terra e vegetazione sui propri impianti**, Polo aveva introdotto un sistema naturale di coibentazione delle celle, volto a limitare la dispersione termica e a ridurre il ricorso al raffreddamento forzato, con un impatto positivo sulla domanda energetica dell'intera struttura.



L'attenzione a queste tematiche si traduce anche nelle scelte di processo: attraverso l'acquisto di merce poco glassata in modo da ridurre il consumo idrico e la quantità di ghiaccio sui prodotti, Polo riesce a ottimizzare il carico per container, aumentando la densità della merce trasportata e riducendo quindi indirettamente le emissioni associate alla logistica. Il passaggio successivo, cioè la redistribuzione ai clienti, presenta tuttavia alcune criticità: la distribuzione, infatti, essendo vincolata a orari stringenti richiesti dai clienti, non consente sempre di saturare completamente i mezzi, compromettendo parzialmente l'efficienza del trasporto. Per questo, Polo si sta impegnando

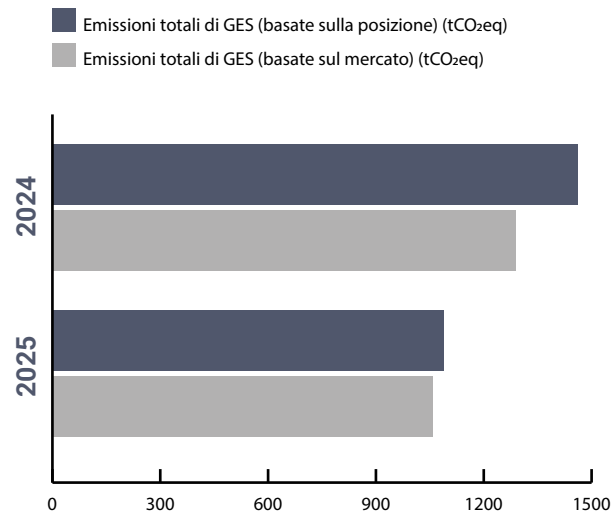
per cercare di migliorare la pianificazione logistica, anche attraverso percorsi formativi rivolti ai nuovi agenti di vendita, nei quali viene promosso un approccio maggiormente sensibile verso la pianificazione territoriale e temporale delle visite ai clienti, suggerendo una modalità proattiva e non più reattiva nella gestione delle consegne, così da ridurre i viaggi parzialmente incompleti e ottimizzare il carico per ogni mezzo. Per quanto riguarda i mezzi utilizzati, la flotta è in fase di ammodernamento, con anche la sperimentazione dell'utilizzo

di alimentazione a metano in alcune tratte fisse. L'acquisto di nuovi veicoli viene valutato anche in funzione della disponibilità di personale qualificato, soprattutto in vista del ricambio generazionale tra gli autisti dotati di patente C, e della necessità di affidarsi in misura crescente a operatori esterni. Polo ha scelto di mantenere la gestione interna dei processi di controllo logistico, investendo su **una piattaforma digitale sviluppata autonomamente**, che consente un monitoraggio puntuale della movimentazione dei colli, del flusso in uscita e delle

eventuali anomalie. Con **una media giornaliera di oltre 20 mila colli spediti** e una percentuale di segnalazioni di errore estremamente ridotta, l'azienda può contare su un magazzino automatizzato in grado di garantire una precisione pressoché assoluta, e su un sistema di responsabilizzazione degli operatori e dei vettori che prevede meccanismi di monitoraggio costante e tracciabilità di ciascun collo, anche **in ottemperanza alle normative HAC-CP**.

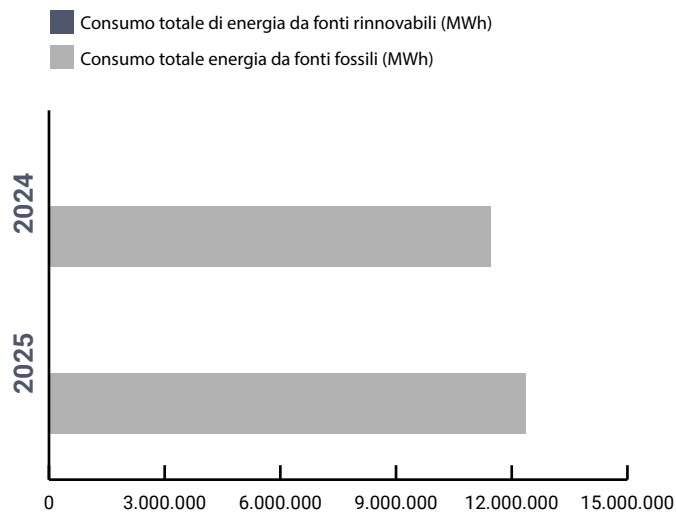
## EMISSIONI TOTALI DI GES

Tabella completa a pag. 44



## CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO

Tabella completa a pag. 44



## Obiettivi futuri

Polo ha sviluppato negli anni passati un progetto di riduzione delle emissioni molto corposo, tramite l'installazione sia dell'impianto ad ammoniaca sia dei pannelli fotovoltaici; volendo proseguire questo percorso e rendere il proprio impatto ancora più incisivo, l'azienda desidera implementare l'impianto fotovoltaico sul tetto dei nuovi stabilimenti. Inoltre, Polo ha intenzione di aumentare il numero di addetti in possesso del patentino per la gestione dell'impianto ad ammoniaca.



## ECONOMIA CIRCOLARE

Il tema dell'**economia circolare** si declina in un'ottica di acquisti e smaltimento delle merci all'interno del perimetro aziendale. Nel contesto di Polo SpA, è rilevante segnare che l'azienda ha raggiunto **un tasso di riciclo pari all'85% dei rifiuti generati**, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività; si tratta in prevalenza di cartone e film plastico, mentre il restante 15%, costituito da secco non riciclabile, viene destinato allo smaltimento. Si aggiunge inoltre una particolare categoria di scarto, considerata **sottoprodotto**, rappresen-

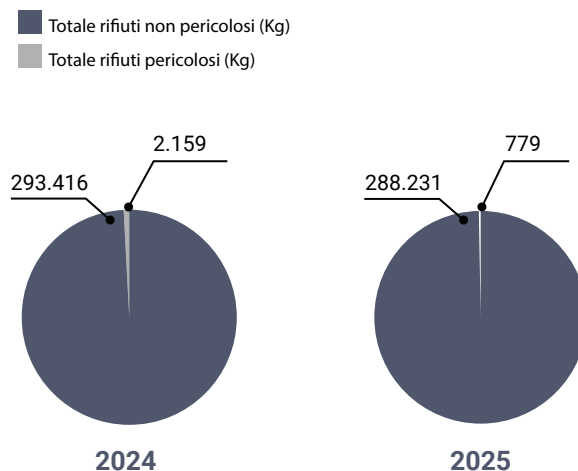
tata da **ossa e grasso** derivanti dalla lavorazione delle carni, affidati a un'azienda specializzata nella gestione di rifiuti di categoria 3 affinché vengano trasformati in **pet food**, secondo un principio di valorizzazione e recupero coerente con i dettami dell'economia circolare. La gestione dei rifiuti e degli scarti, inoltre, ha visto l'introduzione della **firma digitale**, implementata da oltre cinque anni per eliminare la necessità di copie cartacee delle bolle di consegna: una scelta che ha portato a **una riduzione del 50% del consumo di carta stampata**, di-

mostrando come l'innovazione digitale possa incidere positivamente anche su indicatori ambientali. Parallelamente, però, l'introduzione del magazzino automatizzato, che ha indubbiamente migliorato la logistica interna, ha comportato anche un incremento dei rifiuti da imballaggio, in particolare cartone, a causa dell'incompatibilità tra i formati standardizzati dei fornitori e quelli destinati alla vendita al cliente.

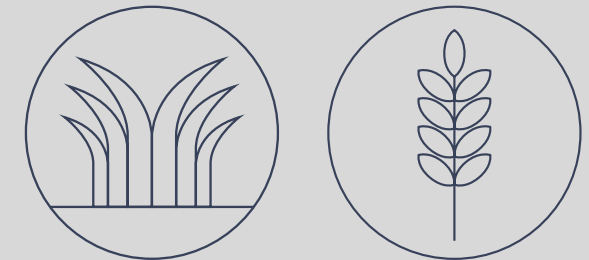
Un'altra categoria di rifiuti è rappresentata dalla **merce in scadenza**, che deve essere opportunamente gestita; per ridurre tali sprechi, per quanto le tempistiche di previsione e approvvigionamento rendano difficile mitigare questa situazione, è stato implementato un sistema di monitoraggio quotidiano delle date di scadenza che consente, laddove possibile, di anticipare la **messa in vendita dei prodotti a rischio deperibilità**, evitando così l'accumulo di rimanenze e il conseguente invio allo smaltimento.

#### FLUSSI DI RISORSE IN USCITA (CERVARESE + S. BENEDETTO)

Tabella completa a pag. 45



Per quanto riguarda invece gli **acquisti di materie prime**, Polo segue una logica di programmazione differenziata: i prodotti freschi vengono acquistati tre volte a settimana in base a parametri variabili di qualità e prezzo, mentre i prodotti congelati, per i quali è possibile pianificare con maggiore anticipo, seguono una programmazione che può estendersi fino a sei mesi. **Il 90% dei fornitori è localizzato all'interno del territorio europeo** e la merce arriva mediante trasporto su gomma, evidenziando una filiera logistica integrata ma ancora fortemente dipendente dal trasporto su strada. In una prospettiva di lungo periodo, Polo SpA, volendo sempre anticipare le tendenze e rispondere prontamente alle richieste del mercato, incorporerà all'interno della propria offerta anche prodotti provenienti da **filieri certificate come il grass-fed e grain-fed**, a testimonianza di un cambiamento nelle abitudini alimentari soprattutto tra le nuove generazioni. Relativamente invece al packaging dell'azienda, i principali flussi in entrata costituiti da **cartone, plastica e legno**, con una predominanza marcata del primo, che rappresenta circa il 70% del totale. Seguono la plastica e il legno, ciascuno con una quota pari al 15%. L'azienda si rifornisce da due fornitori principali: uno produce cartone riciclato e l'altro cartone vergine. La scelta tra i due dipende da considerazioni di tipo tecnico, in quanto il materiale riciclato, pur più sostenibile, presenta una tenuta meccanica inferiore, che può risultare inadeguata per alcune esigenze logistiche e di automazione.



**Polo SpA, volendo sempre anticipare le tendenze e rispondere prontamente alle richieste del mercato, incorporerà all'interno della propria offerta anche prodotti provenienti da filiere certificate come il grass-fed e grain-fed**

Relativamente agli acquisti di materie prime, le categorie a maggiore incidenza economica sono rappresentate da **pesce, carni, formaggi e latticini**, che complessivamente costituiscono oltre **due terzi del valore totale degli acquisti**. In particolare, il pesce (sia fresco sia congelato e conservato) rappresenta la principale categoria di spesa, riflettendo l'importanza strategica di questa filiera e la complessità logistica associata alla gestione della

catena del freddo. Le carni, anch'esse acquistate sia fresche sia congelate, (di tipo bovino, suino, avicole, ovine ed equine), rappresentano la seconda macrocategoria per valore. Un ulteriore segmento è quello di formaggi e latticini, prevalentemente freschi, che costituiscono una quota significativa degli acquisti complessivi. Accanto alle categorie principali, assumono un ruolo importante le verdure, in particolare quelle surgelate e conservate, e

i prodotti a base di cereali, farine, pasta e preparazioni alimentari. Le restanti categorie (condimenti e salse, prodotti da prima colazione, dessert, bevande, vini e prodotti non alimentari) rappresentano una quota residuale del totale degli acquisti, ma risultano caratterizzate da un'elevata frammentazione e varietà.



## Obiettivi futuri

Gli obiettivi futuri dell'azienda in questo ambito sono soprattutto legati alla riduzione dei rifiuti generati: andando ad acquistare meglio, calibrando ulteriormente le quantità e lavorando in sinergia con le vendite, anche facendo ricorso a promozioni speciali. Specialmente per quanto riguarda i rifiuti di tipo alimentare derivanti dalla scadenza della merce, cercare di attivare una o più collaborazioni con organizzazioni locali affinché il cibo non vada sprecato e possa essere donato a sostegno di realtà del territorio.

## ACQUA E RISORSE MARINE

I **consumi idrici** di Polo SpA derivano principalmente da due macro attività: i consumi relativi allo stabilimento nel suo complesso, nella norma e in linea con le dimensioni degli impianti e le persone che vi operano all'interno, e i consumi relativi alla trasformazione alimentare del laboratorio sezionamento carni. La lavorazione della carne comporta infatti per l'azienda un consumo idrico stimato intorno ai 20.000 litri al giorno, impiegati sia nelle **operazioni di pulizia e sanificazione** degli ambienti e delle attrezzature, sia nel **funzionamento dei motori di raffreddamento delle celle frigorifere**, indispensabili per garantire la corretta conservazione della merce lungo l'intera catena del freddo. L'approvvigionamento idrico deriva in larga parte dalla rete pubblica ma, anche in ottica di riduzione dei costi e dei prelievi da acquedotto, è stato recentemente introdotto **un secondo pozzo artesiano** in aggiunta e di dimensioni maggiori rispetto al precedente, con l'obiettivo di coprire una quota più significativa del fabbisogno aziendale.

| CONSUMO IDRICO (M³)          | 2024   | 2025  |
|------------------------------|--------|-------|
| Tutti i siti                 | 20.434 | 2.587 |
| Siti in aree a stress idrico | 0      | 0     |

### Obiettivi futuri

Polo ha, come descritto, introdotto un ulteriore pozzo in aggiunta al primo già in uso; durante i prossimi anni l'azienda andrà a misurare gli effettivi benefici di questo investimento e andrà a valutare l'efficacia, rispetto ai consumi totali, di tale fonte di approvvigionamento.



PERSONE

## PERSONE

Polo SpA ha a cuore **il benessere di collaboratori e collaboratrici** inteso in senso olistico: l'azienda pone grande attenzione alla qualità della vita lavorativa, alla valorizzazione delle competenze e alla costruzione di un clima aziendale positivo e collaborativo. Anche per questo motivo, uno degli obiettivi dirigenziali è quello di introdurre una figura che si possa dedicare esclusivamente alle **risorse umane**, così da avere una gestione puntuale e strutturata di assunzioni, percorsi di crescita e ascolto dei bisogni e delle necessità. Attualmente, il processo di selezione del personale avviene prevalentemente in forma diretta: le posizioni aperte vengono

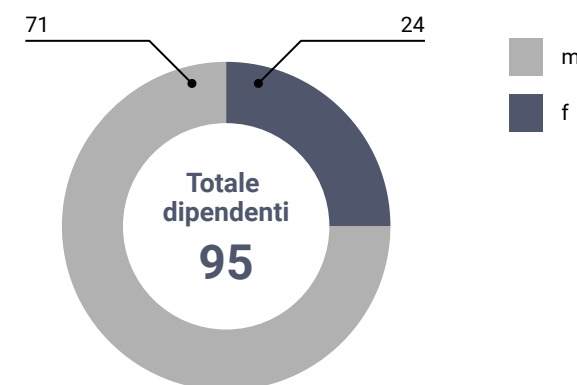
pubblicate sul sito aziendale e sui canali social, ma una quota significativa di candidature arriva spontaneamente, anche in assenza di annunci attivi. La selezione prevede una prima analisi dei curricula, seguita da un colloquio preliminare, un successivo incontro con il responsabile di funzione e, infine, la presentazione del candidato alla direzione per la formalizzazione dell'inserimento. Polo si affida anche ad agenzie interinali per fare fronte alle necessità operative caratteristiche dei picchi stagionali, generalmente tra Pasqua e settembre e nel periodo natalizio. Polo ha al suo interno anche **un laboratorio di sezionamento**, che si occupa di lavorare

la carne che viene poi rivenduta ai clienti. L'intero processo è affidato a una cooperativa specializzata composta da sei operatori, sotto la direzione dell'azienda, che si occupano delle fasi di disosso, porzionatura e confezionamento. La presenza di due impianti di confezionamento, uno a sottovuoto e uno termoformatore, garantisce flessibilità e controllo sulle diverse tipologie di prodotto. Tutti i lavoratori dipendenti sono inquadrati secondo il CCNL Commercio, che prevede 14 mensilità.



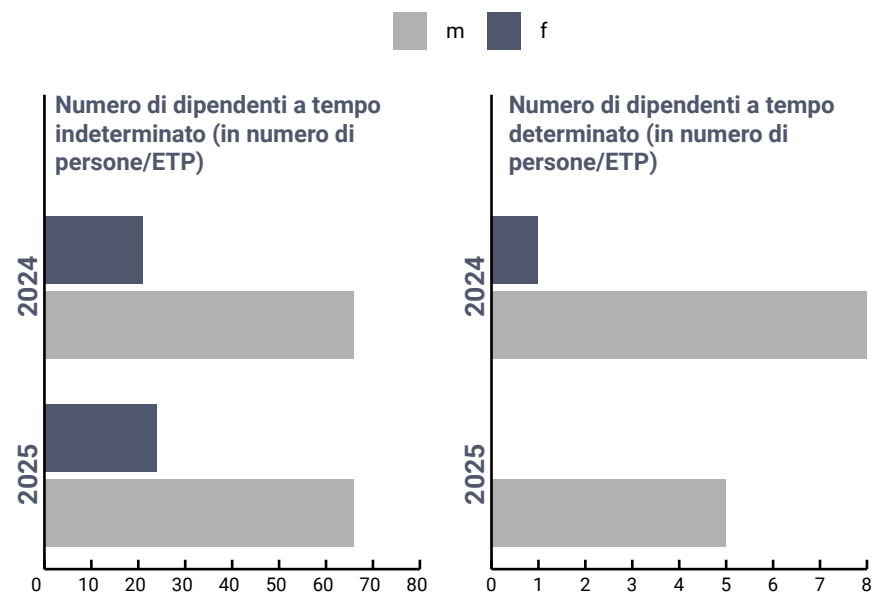
### CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA (PER GENERE)

Tabella completa a pag. 46



## CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA (PER GENERE)

Tabella completa a pag. 46



Al momento, l'azienda non ha ancora attivato un pacchetto di welfare strutturato, sebbene siano già presenti alcuni benefit differenziati in base al ruolo, come ad esempio l'auto aziendale per alcune posizioni. L'obiettivo, nel medio periodo, è quello di formalizzare tali strumenti una volta introdotta la figura che sarà responsabile del dipartimento delle Risorse Umane. I dipendenti usufruiscono poi della **flessibilità oraria in entrata e in uscita**: il sistema di rilevazione delle presenze basato sulla timbratura è gestito con criteri elastici, infatti viene richiesto il completamento delle ore giornaliere previste da ciascun contratto, ma la singola persona può distribuirle in base alle proprie esigenze, anche per la gestione della pausa pranzo, così da favorire il **bilanciamento dell'equilibrio vita-lavoro**.

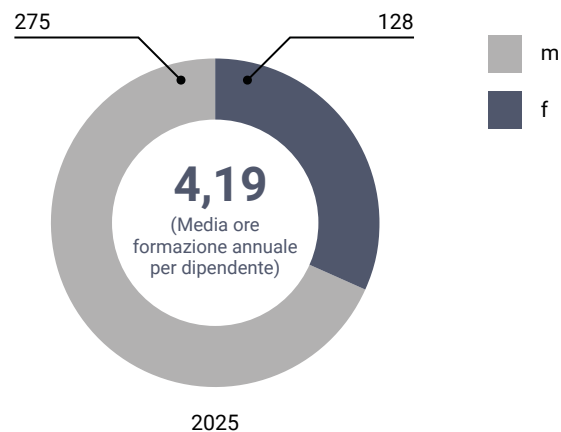


Inoltre, a partire dal 2024, Polo ha attivato un servizio mensa aziendale erogato da una cooperativa che si occupa di inserimenti lavorativi per persone con fragilità e coperto al 90% dall'organizzazione stessa – un supporto concreto al benessere dei dipendenti, che contribuiscono economicamente con una quota irrisoria per accedere a questo benefit, ma anche un segnale della sensibilità della direzione nei confronti della comunità e del supporto verso organizzazioni purpose-driven.

In ambito formativo, l'impegno dell'organizzazione è costante e articolato. **L'ufficio qualità** coordina lo sviluppo di un piano formativo annuale, che include sia i corsi obbligatori per legge (in particolare quelli relativi alla sicurezza sul lavoro) sia iniziative facoltative, orientate alla crescita professionale trasversale. Tutti gli uffici partecipano regolarmente a percorsi di **aggiornamento in ambito informatico**, linguistico o tecnico-specialistico. In alcuni casi, l'azienda ha sostenuto anche la partecipazione individuale a corsi esterni, finanziati tramite **Fondo Impresa**, secondo una logica partecipativa che prevede una votazione collettiva per la selezione dei percorsi da attivare. Tali corsi vengono organizzati mediamente due volte l'anno, e rappresentano un'opportunità concreta per l'empowerment delle risorse interne.

#### NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE ANNUALE PER DIPENDENTE DURANTE IL PERIODO DI REPORTING

Tabella completa a pag. 46



#### METRICHE SALUTE E SICUREZZA

|                                                                                                | 2024    | 2025    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili                                                    | 0       | 3       |
| Numero di ore lavorate da un dipendente full-time durante il periodo di reporting (media)      | 1.698   | 1.566   |
| Numero totale di ore lavorate in un anno da tutti i dipendenti durante il periodo di reporting | 168.870 | 174.020 |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili durante il periodo di reporting                     | 0       | 3,45    |
| Numero di decessi causati da infortuni sul lavoro e da malattie professionali                  | 0       | 0       |

## Obiettivi futuri

Per rafforzare le politiche di gestione e valorizzazione delle risorse umane, Polo intende perseguire una serie di azioni per migliorare il benessere e il coinvolgimento del personale: erogare un questionario di analisi del clima aziendale per cominciare a raccogliere feedback in maniera strutturata riguardo alla percezione dell'ambiente di lavoro e per individuare eventuali ambiti di miglioramento; inoltre, l'azienda si propone di procedere alla formalizzazione della flessibilità oraria, definendo un quadro più strutturato per la gestione di tali richieste e introducendo al contempo un sistema di monitoraggio basato sul numero di richieste di flessibilità presentate e accettate. In ultimo, tra gli obiettivi futuri rientra la promozione del servizio mensa a tutti i livelli dell'organizzazione, con l'intento di favorirne una più ampia diffusione tra il personale.



CLIENTI

## CONSUMATORI E UTILIZZATORI

Il rapporto con i consumatori è determinante per garantire la resilienza di Polo SpA: nel contesto odierno, dove **la trasparenza e la qualità dei prodotti** rappresentano pilastri fondamentali per la fiducia dei consumatori, l'azienda si impegna a garantire un rapporto autentico e responsabile con questi stakeholder. Un aspetto fondamentale in queste relazioni è la politica relativa al prezzo dell'ittico adottata da Polo, chiara e trasparente: essa si fonda esclusivamente sul peso netto del prodotto, senza includere **la glassatura**\*.

Polo SpA ha adottato questa politica di trasparenza già nel 2016, vendendo i propri prodotti **al netto della glassatura**. Ciò significa che i clienti pagano solo per il pesce, senza dover pagare per l'acqua di glassatura. Inoltre, Polo fornisce uno strumento online che permette ai clienti di vedere come il prezzo rimanga invariato, indipendentemente dalla percentuale di ghiaccio.

Costruire **un rapporto di fiducia con i clienti** rappresenta pertanto un asset strategico; Polo si impegna non solo a distinguersi per trasparenza e chiarezza, ma anche per la volontà di educare, affinché venga compreso appieno il valore della qualità, dell'origine e delle certificazioni che accompagnano ogni prodotto. A questo scopo, l'azienda organizza periodicamente corsi di formazione per i propri clienti, al fine di istruirli sui corretti metodi di conservazione e preparazione dei prodotti, oltre che sull'importanza di utilizzare strumenti adeguati. Polo ha inoltre sviluppato una linea di prodotti BIO, che per quanto attualmente abbia dimensioni contenute, testimonia l'impegno dell'organizzazione verso standard ambientali e di sostenibilità che possano incontrare le esigenze di un mercato sempre più orientato al rispetto per ambiente e salute.



\*

*La glassatura è uno strato di ghiaccio applicato ai prodotti ittici congelati per proteggerli durante la conservazione, utile per mantenere la qualità del pesce ma che può influire sul peso totale del prodotto, creando confusioni nei consumatori. Dal 1° gennaio 2020, l'Unione Europea ha imposto che le etichette dei prodotti ittici surgelati riportino solo il peso netto del pesce, senza includere il peso del ghiaccio (glassatura). In precedenza, infatti, molti venditori indicavano sia il peso lordo (comprensivo della glassatura) che il peso netto, creando differenze di prezzo ingannevoli. L'obiettivo della norma è fare in modo che i consumatori possano confrontare i prezzi in modo chiaro e corretto, senza sorprese legate al ghiaccio.*

Un altro aspetto distintivo della politica di Polo è **la rapidità e affidabilità nella consegna dei prodotti**: la merce viene consegnata entro 12 ore dalla ricezione dell'ordine, una tempistica essenziale per i clienti operanti nel settore della ristorazione. Questo sistema consente a Polo di rispondere tempestivamente alle esigenze dei ristoratori, degli alberghi e delle attività di gastronomia, settori che rappresentano il cuore del suo business. Le relazioni con i clienti si contraddistinguono per la loro durata e continuità, soprattutto con i ristoranti, ma anche con alberghi e punti di gastronomia. Mentre i rapporti continuativi sono stabili e duraturi, quelli stagionali presentano una maggiore variabilità, dovuta alla natura ciclica della domanda nel settore turistico e ricettivo.

## Obiettivi futuri

Gli obiettivi futuri di Polo relativi ai consumatori e agli utilizzatori si configurano come un rafforzamento a un ulteriore sviluppo delle attività di comunicazione verso l'esterno, andando a strutturare un piano che possa rendere chiari, comprensibili e accessibili i principi che orientano le politiche aziendali. Specialmente per quanto riguarda la glassatura, Polo intende ampliare i canali utilizzati, ad esempio pubblicando sui social media degli approfondimenti utili per i consumatori.



Un e-commerce avanzato che si distingue per la sua capacità di tracciare in tempo reale l'intero ciclo dell'ordine

## SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Polo considera di massima importanza la soddisfazione dei propri clienti, e anche per questo l'azienda ha sviluppato un'ampia gamma di strumenti e servizi pensati per garantire la massima trasparenza, efficienza e personalizzazione nelle relazioni commerciali. Polo SpA ha saputo integrare **un avanzato sistema di e-commerce**, concepito non come una mera piattaforma di vendita, ma come uno strumento pensato per arricchire l'esperienza del cliente. I clienti possono infatti creare un proprio profilo personalizzato, consultare le giacenze in tempo reale, accedere alle schede tecniche dei prodotti e, a breve, esplorare una sezione dedicata alle ricette. Un servizio che, a oggi, rappresenta un plus significativo rispetto alla concorrenza, la quale non offre strumenti altrettanto completi

e interattivi. L'e-commerce, infatti, si distingue per la sua **capacità di tracciare in tempo reale l'intero ciclo dell'ordine**: dal momento della selezione dei prodotti fino alla consegna finale, tutto è monitorato, garantendo così al cliente una visione chiara e immediata dello stato dell'ordine. La piattaforma consente inoltre agli agenti di accedere a informazioni complete su ogni cliente, dalle preferenze di acquisto agli ordini passati, facilitando una consulenza più mirata e un supporto più efficiente. Sebbene l'e-commerce rappresenti un elemento di automazione e semplificazione, la sua efficacia è strettamente legata alla figura del venditore, che, con il suo supporto consulenziale, guida il cliente nella scelta dei prodotti, assistendolo sia prima che durante la transazione.

Gli agenti commerciali presenti sul territorio permettono di rispondere in modo diretto e puntuale alle esigenze del mercato, ponendo particolare attenzione alla consulenza su prodotti specifici, alla rilevazione delle quotazioni di mercato e alla continua interazione con l'ufficio acquisti per valutare l'inserimento di nuovi prodotti a catalogo. La combinazione di **un servizio digitale avanzato** e di **una consulenza personalizzata** crea un equilibrio perfetto tra efficienza e relazione diretta, consentendo a Polo di rispondere alle esigenze immediate dei clienti senza rinunciare a un approccio di lungo periodo. Per quanto riguarda i feedback da parte dei clienti, esiste una procedura di reclamo che viene immediatamente presa in carico dall'ufficio qualità, al fine di risolvere il disagio nel più breve tempo possibile. Volendo migliorare però la gestione dei feedback generali, in particolare per quanto riguarda le richieste relative a servizi post-vendita e assistenza tecnica, Polo ha in programma l'introduzione di uno strumento dedicato, che si andrà ad aggiungere al canale email e alla modalità informale di comunicazione con gli agenti di vendita, e che andrà a migliorare la customer experience complessiva.



## Obiettivi futuri

In un'ottica di consolidamento del rapporto con la clientela e di miglioramento continuo della qualità dei servizi offerti, Polo ha deciso di cominciare a rilevare il grado di soddisfazione dei clienti attraverso la somministrazione di un questionario: questo permetterà da un lato di mappare il livello di apprezzamento dell'azienda, dall'altro di raccogliere eventuali spunti e suggerimenti utili all'individuazione di eventuali ambiti di miglioramento. Inoltre, Polo continuerà a proporre le campagne già promosse negli anni passati volte a incentivare l'utilizzo della piattaforma e-commerce, nello specifico attraverso la campagna "Polo dei premi".



# APPENDICE

# APPENDICE AMBIENTALE

| CATEGORIA                      | COSTO      | QTA LOG   | QTA FIS   | UM LOG | UM FIS |
|--------------------------------|------------|-----------|-----------|--------|--------|
| PESCE CONGELATO E SURGELATO    | 25.961.331 | 1.603.711 | 2.937.232 | PZ     | KG     |
| PESCE CONGELATO E SURGELATO    | 596.897    | 146.101   | 146.101   | PZ     | PZ     |
| FORMAGGI E LATTICINI           | 8.823.998  | 1.389.664 | 1.330.768 | PZ     | KG     |
| FORMAGGI E LATTICINI           | 2.094.402  | 1.357.850 | 1.357.850 | PZ     | PZ     |
| VERDURE SURGELATE              | 9.202.941  | 2.239.114 | 4.648.914 | PZ     | KG     |
| VERDURE SURGELATE              | 82.309     | 196.564   | 196.564   | PZ     | PZ     |
| CARNI BOVINE FRESCHE           | 10.106.281 | 199.070   | 678.971   | PZ     | KG     |
| POLLAME-FARAONE-CONIGLIO CONG. | 7.524.379  | 610.486   | 1.288.540 | PZ     | KG     |
| POLLAME-FARAONE-CONIGLIO CONG. | 213.562    | 30.370    | 30.370    | PZ     | PZ     |
| SALUMI E PRODOTTI DA AFFETTARE | 6.131.686  | 304.561   | 747.356   | PZ     | KG     |
| SALUMI E PRODOTTI DA AFFETTARE | 217.527    | 227.736   | 227.736   | PZ     | PZ     |
| CONDIMENTI E SPEZIE            | 143.013    | 409.916   | 753.645   | PZ     | KG     |
| CONDIMENTI E SPEZIE            | 3.578.712  | 337.014   | 1.790.091 | PZ     | LT     |
| CONDIMENTI E SPEZIE            | 1.352.846  | 250.500   | 250.500   | PZ     | PZ     |
| VERDURE CONSERVATE             | 3.420.426  | 642.544   | 642.544   | PZ     | PZ     |
| CARNI BOVINE CONGELATE         | 3.493.467  | 225.760   | 424.308   | PZ     | KG     |
| CARNI BOVINE CONGELATE         | 252        | 88        | 88        | PZ     | PZ     |
| PESCE FRESCO                   | 3.247.031  | 346.928   | 299.467   | PZ     | KG     |
| PESCE FRESCO                   | 1.032      | 95        | 475       | PZ     | LT     |
| PESCE FRESCO                   | 67.383     | 10.001    | 10.001    | PZ     | PZ     |
| CEREALI                        | 1.965.312  | 731.928   | 1.168.277 | PZ     | KG     |
| CEREALI                        | 827.063    | 599.499   | 599.499   | PZ     | PZ     |
| PASTA,CRESPELLE,PRIMI E SUGHI  | 2.443.017  | 298.770   | 492.830   | PZ     | KG     |
| PASTA,CRESPELLE,PRIMI E SUGHI  | 334.389    | 213.754   | 213.754   | PZ     | PZ     |
| PANE, FOCACCE, PIZZE E PIADINE | 101.818    | 6.657     | 25.297    | PZ     | KG     |
| PANE, FOCACCE, PIZZE E PIADINE | 2.702.220  | 204.151   | 204.151   | PZ     | PZ     |
| POMODORI E SALSE VARIE         | 2.603.989  | 649.774   | 649.774   | PZ     | PZ     |

| CATEGORIA                      | COSTO     | QTA LOG   | QTA FIS   | UM LOG | UM FIS |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|--------|--------|
| PRIMA COLAZIONE                | 607.195   | 203.878   | 239.996   | PZ     | KG     |
| PRIMA COLAZIONE                | 575.326   | 686.873   | 683.523   | PZ     | LT     |
| PRIMA COLAZIONE                | 1.123.612 | 1.775.910 | 1.775.910 | PZ     | PZ     |
| PRIMA COLAZIONE                | 6.695     | 1.248     | 1.248     | PZ     | PZ     |
| ANTIPASTI                      | 1.605.463 | 182.317   | 295.923   | PZ     | KG     |
| ANTIPASTI                      | 540.553   | 93.434    | 93.434    | PZ     | PZ     |
| PRODOTTI NO FOOD E PLASTICA    | 1.737.722 | 765.275   | 765.275   | PZ     | PZ     |
| PESCE IN SALAMOIA O AFFUMICATO | 1.494.312 | 82.642    | 82.447    | PZ     | KG     |
| PESCE IN SALAMOIA O AFFUMICATO | 318.472   | 27.814    | 27.814    | PZ     | PZ     |
| TORTE E DESSERT                | 160.915   | 22.672    | 31.263    | PZ     | KG     |
| TORTE E DESSERT                | 1.293.349 | 190.007   | 190.007   | PZ     | PZ     |
| CARNI SUINE CONGELATE          | 1.412.663 | 93.260    | 253.383   | PZ     | KG     |
| CARNI VITELLO FRESCHE          | 1.512.244 | 51.442    | 121.606   | PZ     | KG     |
| FARINE E LIEVITI               | 1.115.112 | 308.003   | 1.219.604 | PZ     | KG     |
| FARINE E LIEVITI               | 118.869   | 94.178    | 94.178    | PZ     | PZ     |
| DETERGENTI E ACCESSORI IGIENE  | 1.017.123 | 315.655   | 315.655   | PZ     | PZ     |
| CARNI SUINE FRESCHE            | 1.251.197 | 70.733    | 261.613   | PZ     | KG     |
| PRODOTTI A BASE DI UOVA        | 502.774   | 117.187   | 117.538   | PZ     | KG     |
| PRODOTTI A BASE DI UOVA        | 662.831   | 77.684    | 77.684    | PZ     | PZ     |
| PESCE CONSERVATO               | 285.692   | 46.670    | 46.670    | PZ     | KG     |
| PESCE CONSERVATO               | 876.960   | 155.951   | 155.951   | PZ     | PZ     |
| POLLO-FARAONE-CONIGLIO FRESCO  | 993.677   | 77.796    | 162.208   | PZ     | KG     |
| CARNI OVINE CONGELATE          | 791.509   | 28.600    | 55.852    | PZ     | KG     |
| LEGUMI-FRUTTA SECCA-SCIROPATA  | 206.123   | 30.895    | 33.285    | PZ     | KG     |
| LEGUMI-FRUTTA SECCA-SCIROPATA  | 462.258   | 58.262    | 58.262    | PZ     | PZ     |
| DESSERTS-SNACK-TOPPING         | 79.107    | 20.266    | 21.201    | PZ     | KG     |
| DESSERTS-SNACK-TOPPING         | 553.206   | 276.953   | 276.953   | PZ     | PZ     |

| CATEGORIA                    | COSTO   | QTAG      | QTAGIS    | UMLOG | UMFIS |
|------------------------------|---------|-----------|-----------|-------|-------|
| MINESTRE-PREPARATI-PURE'     | 2.735   | 228       | 228       | PZ    | KG    |
| MINESTRE-PREPARATI-PURE'     | 599.423 | 74.652    | 74.652    | PZ    | PZ    |
| BEVANDE                      | 107.684 | 119.028   | 119.028   | PZ    | LT    |
| BEVANDE                      | 410.622 | 1.293.514 | 1.293.514 | PZ    | PZ    |
| SELVAGGINA                   | 498.216 | 19.553    | 52.917    | PZ    | KG    |
| SELVAGGINA                   | 3.937   | 252       | 252       | PZ    | PZ    |
| CREME E SALSE                | 470.104 | 78.766    | 78.766    | PZ    | PZ    |
| VINI                         | 385.924 | 113.743   | 113.743   | PZ    | PZ    |
| CARNI VITELLO CONGELATE      | 351.825 | 13.292    | 36.449    | PZ    | KG    |
| SUPERALCOLICI                | 339.493 | 36.627    | 36.627    | PZ    | PZ    |
| PASTA SFOGLIA,FROLLA         | 275.623 | 68.931    | 153.276   | PZ    | KG    |
| PASTA SFOGLIA,FROLLA         | 34.068  | 12.315    | 12.315    | PZ    | PZ    |
| GELATI E LATTICINI           | 103.734 | 53.899    | 107.798   | PZ    | KG    |
| GELATI E LATTICINI           | 149.061 | 74.175    | 74.175    | PZ    | PZ    |
| PRODOTTI ETNICI              | 217.701 | 23.394    | 23.394    | PZ    | KG    |
| PRODOTTI ETNICI              | 14.480  | 3.894     | 3.894     | PZ    | PZ    |
| FRUTTA E SUCCHI SURG.        | 218.103 | 49.535    | 49.792    | PZ    | KG    |
| PRODOTTI PERSONALIZZATI      | 156.460 | 45.367    | 113.950   | PZ    | KG    |
| PRODOTTI PERSONALIZZATI      | 104.759 | 5.696     | 5.696     | PZ    | PZ    |
| FINGER FOOD                  | 9.037   | 1.204     | 1.204     | PZ    | KG    |
| FINGER FOOD                  | 206.745 | 8.668     | 8.668     | PZ    | PZ    |
| TARTUFI                      | 157.653 | 7.012     | 7.012     | PZ    | PZ    |
| PASTA FRESCA-RIPIENA-CREPES  | 162.142 | 88.833    | 51.440    | PZ    | KG    |
| CARNI OVINE FRESCHE          | 166.236 | 6.970     | 9.187     | PZ    | KG    |
| SALSE REFRIGERATE            | 124.286 | 10.602    | 15.625    | PZ    | KG    |
| SALSE REFRIGERATE            | 16.697  | 2.633     | 2.633     | PZ    | PZ    |
| BASI DECORI DOLCI E MACARONS | 41.618  | 3.650     | 6.403     | PZ    | KG    |

| CATEGORIA                     | COSTO   | QTAG   | QTAGIS | UMLOG | UMFIS |
|-------------------------------|---------|--------|--------|-------|-------|
| BASI DECORI DOLCI E MACARONS  | 69.297  | 3.728  | 3.728  | PZ    | PZ    |
| CARNI EQUINE FRESCHE          | 97.468  | 11.689 | 8.609  | PZ    | KG    |
| PRODOTTI RISERVATI            | 101.303 | 16.379 | 15.324 | PZ    | KG    |
| PRODOTTI RISERVATI            | 2.550   | 168    | 168    | PZ    | PZ    |
| PRODOTTI PRONTI COTTI SV      | 74.566  | 11.226 | 6.609  | PZ    | KG    |
| PRODOTTI PRONTI COTTI SV      | 2.487   | 696    | 696    | PZ    | PZ    |
| PIZZE E PIADINE REFRIGERATE   | 33.190  | 7.647  | 7.647  | PZ    | PZ    |
| PATATE REFRIGERATE            | 26.136  | 12.744 | 12.744 | PZ    | KG    |
| FRIGORIFERI                   | 19.375  | 43     | 43     | PZ    | PZ    |
| PIATTI PRONTI REFRIGERATI     | 3.084   | 201    | 309    | PZ    | KG    |
| PIATTI PRONTI REFRIGERATI     | 17.780  | 7.120  | 7.120  | PZ    | PZ    |
| CARNI EQUINE CONGELATE        | 18.560  | 1.219  | 1.414  | PZ    | KG    |
| TARTELLETTE                   | 11.879  | 700    | 700    | PZ    | PZ    |
| MATERIALE USO INTERNO POLO    | 11.104  | 73     | 73.000 | PZ    | KG    |
| MATERIALE USO INTERNO POLO    | 1.587   | 25     | 25     | PZ    | PZ    |
| ATTREZZATURE PER RISTORAZIONE | 1.628   | 84     | 84     | PZ    | PZ    |
| POLO SPECIAL PRICE            | 281     | 43     | 43     | PZ    | PZ    |
| GADGET                        | 40.515  | 7.031  | 7.031  | PZ    | PZ    |

# NOTA METODOLOGICA SULLA DOPPIA MATERIALITÀ

## Materialità d'impatto

Secondo questa prospettiva, una tematica è giudicata rilevante se ha impatti concreti:

- **reali o potenziali** nel breve, medio o lungo termine;
- legati alle **operazioni dirette** dell'impresa o a quelle riconducibili alla sua catena del valore (Up-Stream: a monte, ad es. fornitori; Down-Stream: a valle, ad es. distributori).

L'entità dell'impatto è valutata secondo i seguenti parametri.

- **Scala:** gravità del danno (es. incidente fatale vs. lieve infortunio);
- **Portata:** estensione del danno (es. numero di persone o area colpita);
- **Irrecuperabilità:** possibilità o meno di riparare il danno.

L'analisi può essere quantitativa o qualitativa.

| LEGENDA                             |                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P: Portata</b>                   | Descrive l'ampiezza dell'impatto (ad esempio, il numero di individui colpiti o l'estensione del danno ambientale)                                                                                                                      |
| <b>S: Scala</b>                     | Descrive la Scala/Gravità dell'impatto (ad esempio: l'entità della violazione dell'accesso ai beni di prima necessità o alle libertà, come l'istruzione, i mezzi di sostentamento, ecc.)                                               |
| <b>I: Carattere irrimediabile</b>   | Solo per i Negativi: Descrive la misura in cui l'impatto può essere riparato (ad esempio, attraverso un risarcimento o una restituzione, la possibilità di restituire alle persone colpite l'esercizio del diritto in questione, ecc.) |
| <b>UpStream: Processi a monte</b>   | Attività svolte dai fornitori, come l'approvvigionamento di materie prime o componenti necessari alla produzione.                                                                                                                      |
| <b>Direct: Processi interni</b>     | Attività legate alla produzione, gestione operativa e trasformazione dei materiali in prodotti finiti.                                                                                                                                 |
| <b>DownStream: Processi a valle</b> | Attività coinvolgenti distributori e clienti, come la distribuzione, il consumo del servizio/prodotto e la sua gestione a fine vita.                                                                                                   |

| TEMA MATERIALE       | TIPOLOGIA IMPATTO | IMPATTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | P | S | I | TOT | CATENA DEL VALORE            |
|----------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----|------------------------------|
| Innovazione          | Positivo          | L'automatizzazione del magazzino consente una gestione più efficiente del flusso del prodotto, della conservazione della catena del freddo, e un'evasione degli ordini con errore praticamente a zero, con una riduzione dei tempi di consegna e la possibilità di evadere più ordini                                                                                                       | 5 | 4 |   | 40% | "Direct Downstream"          |
| Condotta d'impresa   | Positivo          | Polo ha introdotto un QR Code sulla bolla inviata al cliente che permette di accedere rapidamente a tutte le informazioni relative al prodotto, un servizio di trasparenza molto apprezzato soprattutto in occasione dei controlli NAS e che contribuisce alla dematerializzazione dei processi documentali, con conseguente riduzione del consumo di carta e maggiore efficienza operativa | 4 | 4 |   | 32% | "Upstream Direct Downstream" |
| Energia ed emissioni | Positivo          | L'approvvigionamento da fonti di energia rinnovabile consente a Polo di ridurre in modo significativo la propria impronta di carbonio                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 | 4 |   | 32% | Direct                       |
|                      | Positivo          | Nel 2008 Polo ha disposto dei tetti verdi con terra e giardino sui propri impianti per avere una maggiore coibentazione delle celle e ridurre così i consumi di gas per il raffreddamento, cosa che ha permesso di abbattere i consumi energetici aziendali. Dal 2025 si è passati all'impianto ad ammoniac, permettendo una riduzione delle emissioni rispetto a un impianto a gas         | 3 | 4 |   | 24% | Direct                       |

| TEMA MATERIALE                  | TIPOLOGIA IMPATTO | IMPATTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | P | S | I  | TOT | CATENA DEL VALORE                  |
|---------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----|-----|------------------------------------|
| <b>Energia ed emissioni</b>     | Positivo          | L'energia elettrica autoprodotta rappresenta circa il 6% del totale di energia utilizzata dall'azienda, contribuendo a un consumo energetico più sostenibile                                                                                                                                                         | 5 | 5 |    | 50% | "Upstream<br>Direct<br>Downstream" |
|                                 | Negativo          | Per una questione di orari di consegna della merce ai clienti, non è sempre possibile riempire i camion al massimo delle capacità, con conseguente aumento delle emissioni di CO <sub>2</sub> per unità consegnata                                                                                                   | 4 | 4 | Sì | 64% | "Direct<br>Downstream"             |
|                                 | Negativo          | La catena del valore di Polo è energivora anche a causa della catena del freddo. Questo aspetto comporta un significativo impatto ambientale in termini di consumo di energia e di emissioni di gas serra associate                                                                                                  | 5 | 5 | No | 50% | "Upstream<br>Direct<br>Downstream" |
| <b>Economia circolare</b>       | Negativo          | Lo smaltimento della merce scaduta comporta un impatto ambientale significativo legato allo spreco di risorse impiegate nella produzione, trasporto e conservazione dei prodotti invenduti                                                                                                                           | 3 | 4 | Sì | 48% | "Direct<br>Downstream"             |
|                                 | Positivo          | L'85% dei rifiuti generati da Polo viene riciclato, dimostrando un forte impegno verso l'economia circolare e la riduzione dell'impatto ambientale legato alla gestione dei materiali di scarto                                                                                                                      | 4 | 4 |    | 32% | "Direct<br>Downstream"             |
|                                 | Negativo          | Il nuovo magazzino automatizzato ha determinato un aumento dei rifiuti del packaging di cartone perché i formati degli scatoloni non sono compatibili                                                                                                                                                                | 4 | 4 | Sì | 64% | Downstream                         |
| <b>Risorse idriche e marine</b> | Positivo          | Per ridurre il consumo di acqua da acquedotto è stato recentemente attivato un secondo pozzo, di maggiori dimensioni, che nell'insieme dovrebbe coprire tutti i consumi industriali, diminuire la dipendenza dalle reti acquedottistiche pubbliche e contribuire a ridurre la pressione sulle risorse idriche locali | 2 | 3 |    | 12% | "Upstream<br>Direct"               |

| TEMA MATERIALE                     | TIPOLOGIA IMPATTO | IMPATTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | P | S | I | TOT | CATENA DEL VALORE                  |
|------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-----|------------------------------------|
| <b>Forza lavoro propria</b>        | Positivo          | A partire dal 2024 l'azienda ha attivato un servizio mensa, coperto per il 90% da Polo stessa, contribuendo a migliorare la qualità della vita lavorativa e a favorire un ambiente di lavoro più inclusivo e motivante                                                                                                                | 2 | 3 |   | 12% | Direct                             |
|                                    | Positivo          | Polo garantisce la flessibilità oraria ai propri dipendenti, permettendo così una maggiore possibilità di conciliare le esigenze lavorative con la vita personale e familiare, favorendo quindi il benessere psicofisico dei collaboratori                                                                                            | 4 | 4 |   | 32% | Direct                             |
| <b>Consumatori e utenti finali</b> | Positivo          | Polo ha una linea certificata BIO, tutelando quindi la biodiversità e la salute del suolo, dell'acqua e degli ecosistemi                                                                                                                                                                                                              | 2 | 3 |   | 12% | "Upstream<br>Direct<br>Downstream" |
|                                    | Positivo          | Consegnare gli ordini entro 12 ore dalla ricezione contribuisce a migliorare la soddisfazione del cliente e a rafforzare la fiducia nella qualità del servizio offerto                                                                                                                                                                | 4 | 4 |   | 32% | "Direct<br>Downstream"             |
| <b>Soddisfazione dei clienti</b>   | Positivo          | I clienti, anche grazie al supporto dell'agente commerciale, possono creare il proprio profilo sull'e-commerce, vedere le giacenze, le schede tecniche e a breve anche delle ricette, un servizio che i competitor di Polo non offrono, promuovendo uno stile di vita sano e una accessibilità maggiore anche per clienti più piccoli | 5 | 5 |   | 50% | "Direct<br>Downstream"             |

## Materialità finanziaria

| TEMA MATERIALE       | IMPATTO |             | BREVE TERMINE                                                                                                                                                                                                                                                                             | MEDIO TERMINE                                                                                                                                                                                                                                                           | LUNGO TERMINE                                                                           |
|----------------------|---------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Innovazione          | BREVE   | 6           | L'automatizzazione del magazzino permette di ridurre i costi legati alla manodopera e di differenziarsi sul mercato                                                                                                                                                                       | Il grosso degli investimenti è già stato fatto per gli spazi attuali e per il magazzino attuale                                                                                                                                                                         | Polo ha la volontà di ampliare gli spazi e di conseguenza la portata degli investimenti |
|                      | MEDIO   | 6           |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      | LUNGO   | 5           |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      |         | Costi       | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4                                                                                       |
|                      |         | Benefici    | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 5                                                                                                                                                                                                                                                                       | 5                                                                                       |
| Energia ed emissioni |         | Probabilità | 100%                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 100%                                                                                                                                                                                                                                                                    | 100%                                                                                    |
|                      | BREVE   | 4           | Il magazzino automatizzato di Polo garantisce la consegna con un margine di errore pari a zero, permettendo di ridurre i costi diretti legati a resi, reclami e spese correttive                                                                                                          | Manutenzione quotidiana, i tecnici intervengono ogni giorno per verificare che il magazzino funzioni in maniera ottimale (costo fisso)                                                                                                                                  | Scenario stabile                                                                        |
|                      | MEDIO   | 6           |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      | LUNGO   | 10          |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      |         | Costi       | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                       |
|                      |         | Benefici    | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4                                                                                       |
|                      |         | Probabilità | 100%                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 100%                                                                                                                                                                                                                                                                    | 100%                                                                                    |
|                      | BREVE   | -1,5        | I tetti verdi con terra e giardino sugli impianti garantiscono una maggiore coibentazione delle celle e riducono i consumi di gas per il raffreddamento. Dal 2025 si è passati all'impianto ad ammoniaca; interventi che permettono di ammortizzare i costi di mantenimento dell'impianto | Risistemare i tetti verdi per valorizzare lo spazio sia in estate sia in inverno; creare una nuova destinazione per la mensa aziendale + cucina dimostrativa per quando si fanno corsi di formazione + saletta riunione più riservata + anche area svago potenzialmente | Mantenimento                                                                            |
|                      | MEDIO   | 4,5         |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      | LUNGO   | 3,8         |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      |         | Costi       | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1                                                                                       |
|                      |         | Benefici    | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4                                                                                       |
|                      |         | Probabilità | 75%                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 50%                                                                                                                                                                                                                                                                     | 25%                                                                                     |
|                      | BREVE   | 1,5         | Polo attraverso il processo di glassatura a ridotto utilizzo idrico arriva a trasportare una quantità di merce maggiore con minori costi di trasporto                                                                                                                                     | Non si può intervenire in maniera forte su questo. Viene subito dal mercato, non è una cosa che decide Polo                                                                                                                                                             | Come nel medio periodo                                                                  |
|                      | MEDIO   | 2,3         |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      | LUNGO   | 3,8         |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |
|                      |         | Costi       | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3                                                                                       |
|                      |         | Benefici    | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 4                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4                                                                                       |
|                      |         | Probabilità | 75%                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 75%                                                                                                                                                                                                                                                                     | 75%                                                                                     |

| TEMA MATERIALE       | IMPATTO            |                                                                                    | BREVE TERMINE                                                                                                                                                                                                    | MEDIO TERMINE                                                                | LUNGO TERMINE                                                                                                                                                                                                              |                                                                           |
|----------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Energia ed emissioni | BREVE              |   | L'energia elettrica autoprodotta rappresenta circa il 6% del totale di energia utilizzata dall'azienda, una tutela verso la volatilità dei prezzi                                                                | Non sono previsti interventi nel breve periodo                               | Si potrà valutare l'installazione di nuovi impianti e/o pannelli nel nuovo magazzino                                                                                                                                       | Come nel medio periodo                                                    |
|                      | MEDIO              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      | LUNGO              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      |                    | <b>Costi</b>                                                                       | 1                                                                                                                                                                                                                | 2                                                                            | 2                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      |                    | <b>Benefici</b>                                                                    | 3                                                                                                                                                                                                                | 4                                                                            | 4                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      |                    | <b>Probabilità</b>                                                                 | 25%                                                                                                                                                                                                              | 25%                                                                          | 25%                                                                                                                                                                                                                        |                                                                           |
|                      | BREVE              |   | Polo consegna la merce entro 12 ore dalla ricezione dell'ordine, perciò non è sempre possibile riempire i camion al massimo delle capacità, con un rischio di marginalità ridotta su consegne a bassa efficienza | Il costo della logistica è molto alto e rimarrà così, o addirittura crescerà | Si tratta di uno dei grandi obiettivi aziendali. L'ottimizzazione dei trasporti, delle consegne, avere un range di consegne più largo è quello a cui puntano ma decide il cliente quindi difficilmente si può intervenire. | Valutare collaborazione con società di consulenza IA per l'ottimizzazione |
|                      | MEDIO              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      | LUNGO              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      |                    | <b>Costi</b>                                                                       | 4                                                                                                                                                                                                                | 4                                                                            | 4                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      |                    | <b>Benefici</b>                                                                    | 2                                                                                                                                                                                                                | 3                                                                            | 3                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      |                    | <b>Probabilità</b>                                                                 | 25%                                                                                                                                                                                                              | 50%                                                                          | 50%                                                                                                                                                                                                                        |                                                                           |
|                      |                    |  | La catena del freddo energivora rappresenta costi fissi molto alti da sostenere                                                                                                                                  | È già stato fatto tutto ciò che si poteva fare                               | Mantenimento                                                                                                                                                                                                               | Mantenimento                                                              |
|                      | BREVE              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      | MEDIO              |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      |                    | LUNGO                                                                              |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                              |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |
|                      |                    | <b>Costi</b>                                                                       | 4                                                                                                                                                                                                                | 4                                                                            | 4                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      |                    | <b>Benefici</b>                                                                    | 2                                                                                                                                                                                                                | 2                                                                            | 2                                                                                                                                                                                                                          |                                                                           |
|                      | <b>Probabilità</b> | 100%                                                                               | 100%                                                                                                                                                                                                             | 100%                                                                         |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                           |

| TEMA MATERIALE            |       | IMPATTO                                                                                                                                                                  | BREVE TERMINE                                                                                                                                                                  | MEDIO TERMINE                                                                                                                                         | LUNGO TERMINE                                                                                                       |
|---------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economia circolare        | BREVE | Lo smaltimento della merce scaduta determina una perdita di ricavi per circa 80.000€                                                                                     | Organizzare promozioni più mirate per vendere un maggior numero di prodotti a rischio scadenza                                                                                 | L'obiettivo è provare a migliorare, vendere di più o comunque comprare meglio                                                                         | Come per il medio periodo, acquistare in modo più attento                                                           |
|                           | MEDIO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           | LUNGO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           | BREVE | I formati degli scatoloni non sono compatibili con il nuovo magazzino, determinando una spesa maggiore per packaging e smaltimento rifiuti                               | Questo è un costo che è aumentato e che rischia di aumentare. Le normative rendono difficile trovare soluzioni alternative                                                     | Al momento non ci sono soluzioni                                                                                                                      | Cercare accordi con i fornitori per modificare le misure degli imballaggi e ridurre la quantità di rifiuti generati |
|                           | MEDIO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           | LUNGO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       | Costi                                                                                                                                                                    | 2                                                                                                                                                                              | 2                                                                                                                                                     | 2                                                                                                                   |
|                           |       | Benefici                                                                                                                                                                 | 1                                                                                                                                                                              | 1                                                                                                                                                     | 1                                                                                                                   |
|                           |       | Probabilità                                                                                                                                                              | 25%                                                                                                                                                                            | 25%                                                                                                                                                   | 25%                                                                                                                 |
| Forza lavoro propria      | BREVE | La mensa determina un aumento dei costi diretti sostenuti dall'azienda, ma comporta un possibile risparmio su turnover e assenteismo                                     | Attualmente solo 20 persone fruiscono della mensa. Il desiderio è uniformare il costo del pasto. Adesso si affidano a cooperativa sociale che integra personale con disabilità | Ampliare il raggio del servizio offerto. L'ideale sarebbe arrivare ad offrire un pasto in azienda a tutte quelle persone che ora pranzano fuori       | A tendere, si vorrebbe avere uno chef che cucina sul momento                                                        |
|                           | MEDIO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           | LUNGO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       | Costi                                                                                                                                                                    | 2                                                                                                                                                                              | 3                                                                                                                                                     | 3                                                                                                                   |
|                           |       | Benefici                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                              | 4                                                                                                                                                     | 4                                                                                                                   |
|                           |       | Probabilità                                                                                                                                                              | 75%                                                                                                                                                                            | 75%                                                                                                                                                   | 75%                                                                                                                 |
| Soddisfazione del cliente | BREVE | L'autonomia dei clienti nell'utilizzare l'e-commerce determina maggiore efficienza nel processo di vendita e minor costo post-vendita grazie alla riduzione degli errori | Per ora l'investimento è già stato fatto ma risulta quasi già vecchio per le novità che ci sono state. L'azienda punta comunque ad aumentare il digitale                       | Potrebbe esserci una rivalutazione di tutto il sistema. L'e-commerce attuale è stato creato ad hoc sulla base dei sistemi aziendali ma questo vincola | Aumentare il tasso di digitalizzazione, servizi e interfacce offerte                                                |
|                           | MEDIO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           | LUNGO |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                       |                                                                                                                     |
|                           |       | Costi                                                                                                                                                                    | 2                                                                                                                                                                              | 3                                                                                                                                                     | 4                                                                                                                   |
|                           |       | Benefici                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                              | 4                                                                                                                                                     | 4                                                                                                                   |
|                           |       | Probabilità                                                                                                                                                              | 75%                                                                                                                                                                            | 75%                                                                                                                                                   | 75%                                                                                                                 |

# TABELLE (INDICATORI AMBIENTALI)

| CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO                                                                                                                                                       | 2024                 | 2025                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone (MWh)                                                                                                                           | 668,43               | 94,54                |
| Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi (MWh)                                                                                                                   | 1.419,73             | 1.064,79             |
| Consumo di combustibile da gas naturale (MWh)                                                                                                                                             | 3.325,87             | 2.613,03             |
| Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili (MWh)                                                                                                                              | 340,24               | 259,37               |
| Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti (MWh)                                                                              | 0                    | 0                    |
| <b>Consumo totale energia da fonti fossili (MWh)</b>                                                                                                                                      | <b>5.754,28</b>      | <b>4.031,73</b>      |
| <b>Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia (%)</b>                                                                                                                           | <b>0%</b>            | <b>0%</b>            |
| Consumo da fonti nucleari (MWh)                                                                                                                                                           | 0                    | 0                    |
| <b>Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia (%)</b>                                                                                                                          | <b>0%</b>            | <b>0%</b>            |
| Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa (include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno rinnovabile, ecc.) (MWh) | 11.444.867,00        | 12.334.964,00        |
| Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti (MWh)                                                                          | 2.611,36             | 3.223,84             |
| Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili (MWh)                                                                                                          | 11.444,87            | 12.334,96            |
| <b>Consumo totale di energia da fonti rinnovabili (MWh)</b>                                                                                                                               | <b>11.458.923,23</b> | <b>12.350.522,8</b>  |
| <b>Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia (%)</b>                                                                                                                       | <b>99,9%</b>         | <b>100%</b>          |
| <b>Consumo totale di energia (MWh)</b>                                                                                                                                                    | <b>11.464.677,50</b> | <b>12.354.554,53</b> |

| EMISSIONI LORDE DI GES DI AMBITO 1 E 2 ED EMISSIONI TOTALI DI GES                                                 | 2024     | 2025     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| <b>Emissioni di GES di ambito 1</b>                                                                               |          |          |
| Emissioni lorde di GES di ambito 1 (tCO <sub>2</sub> eq)                                                          | 396,67   | 376,66   |
| Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni (%) | 0        | 0        |
| <b>Emissioni di GES di ambito 2</b>                                                                               |          |          |
| Emissioni lorde di GES di ambito 2 basate sulla posizione (tCO <sub>2</sub> eq)                                   | 1.066,62 | 713,82   |
| Emissioni lorde di GES di ambito 2 basate sul mercato (tCO <sub>2</sub> eq)                                       | 893,86   | 681,07   |
| <b>Emissioni totali di GES</b>                                                                                    |          |          |
| Emissioni totali di GES (basate sulla posizione) (tCO <sub>2</sub> eq)                                            | 1.463,29 | 1.090,48 |
| Emissioni totali di GES (basate sul mercato) (tCO <sub>2</sub> eq)                                                | 1.290,53 | 1.057,73 |

| CONSUMO IDRICO (M³)          |        |       |
|------------------------------|--------|-------|
|                              | 2024   | 2025  |
| Tutti i siti                 | 20.434 | 2.587 |
| Siti in aree a stress idrico | 0      | 0     |

## TABELLE (INDICATORI AMBIENTALI)

| FLUSSI DI RISORSE IN USCITA (CERVARESE + S. BENEDETTO)                                                                                   | RIFIUTI DESTINATI AL RICICLO O AL RIUTILIZZO (KG) |                | RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO |          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------|------------------------------------|----------|
|                                                                                                                                          | 2024                                              | 2025           | 2024                               | 2025     |
| <b>Rifiuti non pericolosi</b>                                                                                                            |                                                   |                |                                    |          |
| Imballaggi di carta e cartone                                                                                                            | 121.320                                           | 138.460        | 0                                  | 0        |
| Imballaggi di plastica                                                                                                                   | 22.970                                            | 22.480         | 0                                  | 0        |
| Imballaggi in legno                                                                                                                      | 67.010                                            | 62.721         | 0                                  | 0        |
| Imballaggi in materiali misti                                                                                                            | 48.880                                            | 50.660         | 0                                  | 0        |
| Plastica                                                                                                                                 | 110                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Ferro e acciaio                                                                                                                          | 13.950                                            | 2.490          | 0                                  | 0        |
| Metalli misti                                                                                                                            | 480                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Rifiuti organici, diversi da quelli di cui alla voce 16 03 05                                                                            | 11.580                                            | 0              | 0                                  | 0        |
| Rifiuti liquidi acquosi, diversi da quelli di cui alla voce 16 10 01                                                                     | 1.080                                             | 0              | 0                                  | 0        |
| Toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 17                                                                   | 100                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13                                                     | 1.086                                             | 0              | 0                                  | 0        |
| Rifiuti urbani non differenziati                                                                                                         | 4.850                                             | 0              | 0                                  | 0        |
| Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione                                                                                 | 0                                                 | 11.420         | 0                                  | 0        |
| <b>Totale rifiuti non pericolosi</b>                                                                                                     | <b>293.416</b>                                    | <b>288.231</b> | <b>0</b>                           | <b>0</b> |
| <b>Rifiuti pericolosi</b>                                                                                                                |                                                   |                |                                    |          |
| Emulsioni e soluzioni per macchinari, non contenenti alogeni                                                                             | 545                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Cere e grassi esauriti                                                                                                                   | 159                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Altri carburanti (comprese le miscele)                                                                                                   | 166                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze                                                      | 228                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Apparecchiature fuori uso, contenenti clorofluorocarburi, HCFC, HFC                                                                      | 206                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi (3) diversi da quelli di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 12                | 642                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Sostanze chimiche di laboratorio contenenti o costituite da sostanze pericolose, comprese le miscele di sostanze chimiche di laboratorio | 111                                               | 0              | 0                                  | 0        |
| Batterie al piombo                                                                                                                       | 47                                                | 0              | 0                                  | 0        |
| Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio                                                                                   | 55                                                | 0              | 0                                  | 0        |
| Rifiuti organici, contenenti sostanze pericolose                                                                                         | 0                                                 | 779            | 0                                  | 0        |
| <b>Totale rifiuti pericolosi</b>                                                                                                         | <b>2.159</b>                                      | <b>779</b>     | <b>0</b>                           | <b>0</b> |

## TABELLE (INDICATORI SOCIALI)

| CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA                           | 2024 |    |     | 2025 |    |     |
|-----------------------------------------------------------------------|------|----|-----|------|----|-----|
|                                                                       | F    | M  | TOT | F    | M  | TOT |
| Numero di dipendenti a tempo indeterminato (in numero di persone/ETP) | 21   | 66 | 87  | 24   | 66 | 90  |
| Numero di dipendenti a tempo determinato (in numero di persone/ETP)   | 1    | 8  | 9   | 0    | 5  | 5   |

| CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA (PER GENERE) | N         |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| Uomini                                                   | 71        |
| Donne                                                    | 24        |
| Altro                                                    | 0         |
| Non comunicato                                           | 0         |
| <b>TOTALE DIPENDENTI</b>                                 | <b>95</b> |

| NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE ANNUALE PER DIPENDENTE DURANTE IL PERIODO DI REPORTING | N            |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Uomini                                                                             | 275          |
| Donne                                                                              | 128          |
| Altro                                                                              | 0            |
| Non comunicato                                                                     | 0            |
| <b>Media delle ore di formazione annuale per dipendente</b>                        | <b>201,5</b> |

| METRICHE SALUTE E SICUREZZA                                                                    | 2024    | 2025    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili                                                    | 0       | 3       |
| Numero di ore lavorate da un dipendente full-time durante il periodo di reporting (media)      | 1.698   | 1.566   |
| Numero totale di ore lavorate in un anno da tutti i dipendenti durante il periodo di reporting | 168.870 | 174.020 |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili durante il periodo di reporting                     | 0       | 0       |
| Numero di decessi causati da infortuni sul lavoro e da malattie professionali                  | 0       | 0       |

## ESRS INDEX

| ESRS INDEX                                                                                      | PAGINA                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| B1 Informazioni di base                                                                         | pp. 5, 10                         |
| B2 Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile | pp. 17, 19, 23, 26, 27, 3, 34, 35 |
| B3 Energia ed emissioni di gas serra                                                            | pp. 22, 23                        |
| B5 Biodiversità                                                                                 | p. 17                             |
| B6 Acqua                                                                                        | p. 27                             |
| B7 Utilizzo delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti                            | p. 25                             |
| B8 Organico – Caratteristiche generali                                                          | pp. 29, 30                        |
| B9 Organico – Salute e sicurezza                                                                | p. 31                             |
| B10 Organico – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione                             | p. 31                             |
| B11 Condanne e multe per corruzione e concussione                                               | p. 15                             |



