



BILANCIO  
DI SOSTENIBILITÀ



2020





## Sommario

<b>LETTERA AGLI STAKEHOLDER</b>	<b>9</b>
<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>13</b>
1.1 Scopo del report	13
1.2 Perimetro del report	13
1.3 Nota Metodologica	13
1.4 Integrazione della sostenibilità – Agenda ONU 2030	15
1.5 Analisi di Materialità	19
<b>2. PROFILO DELL'AZIENDA</b>	<b>23</b>
2.1 La storia	23
2.2 Chi siamo	30
2.2.1 Candioli	30
2.2.2 Vetark	30
2.3 I valori dell'azienda	33
2.4 Mission	34
2.5 Assetto Societario	34
2.6 Governance	36
2.7 Partner e Associazioni	37
2.8 Premi e Riconoscimenti	39
<b>3. MODELLO DI BUSINESS E CONTESTO OPERATIVO</b>	<b>43</b>
3.1 Modello di Business	43
3.2 Contesto Operativo	45
3.3 Cosa facciamo e come lo facciamo	46
3.4 Processo di creazione del valore	50
3.5 Strategie di sviluppo	50



## Sommario

<b>4. PERFORMANCE ECONOMICA</b>	<b>53</b>
4.1 Andamento del settore	53
4.2 Risultati della gestione – creazione e distribuzione del valore aggiunto	55
<b>5. CREAZIONE DEL VALORE SOSTENIBILE</b>	<b>59</b>
5.1 Circular Economy	59
5.2 Digitalizzazione e 4.0	62
5.3 Rapporti con il territorio (donazioni beneficenza)	63
5.4 Condivisione dei risultati con i dipendenti	64
5.5 Comunicazione interna e Condivisione degli obiettivi con i dipendenti	65
5.6 Formazione Attiva (Vetcampus - alternanza scuola-lavoro)	66
<b>6. GLI STAKEHOLDER</b>	<b>75</b>
6.1 I Clienti (customer satisfaction e compliances)	75
6.2 I Fornitori	77
6.3 I dipendenti e collaboratori	78
<b>7. AMBIENTE E SICUREZZA</b>	<b>89</b>
7.1 Covid (protocolli e iniziative – da termoscanner a smartworking)	89
7.2 Emissioni e Consumi	91
7.2.1 Gas, energia elettrica ed acqua	92
7.2.2 Rifiuti	94
7.2.3 Auto aziendali	96
7.3 H&S	97
7.3.1 Infortuni	97
7.3.2 Formazione Specifica	97



## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

**N**el 2022 il Gruppo Candioli compirà 140 anni. 4 generazioni della famiglia fondatrice si sono alternate alla guida del Gruppo, sostenute ed aidate da centinaia e centinaia di donne e uomini che hanno guidato la crescita e l'evoluzione di quella che è nata come una farmacia, ed è diventata una moderna realtà industriale, radicata sul territorio piemontese, ma con visibilità globale.

In questo lasso di tempo non sono mai cambiati i punti fondanti che rappresentano ancora oggi la nostra guida, e che aiutano il team aziendale a prendere quotidianamente decisioni coerenti ed adeguate agli obiettivi di lungo termine che ci siamo dati.

**Sguardo rivolto al futuro:** più che parlare del 2020, è importante cercare di immaginare il 2030.

**Ricerca di innovazione continua:** siamo italiani, un popolo di navigatori ma soprattutto di inventori. Pochi nel mondo posseggono il nostro genio; agli italiani viene bene sia immaginare sia realizzare prodotti innovativi, di qualità, senza scordarne la bellezza. Noi, nel nostro piccolo, facciamo del nostro meglio per offrire prodotti di qualità ed efficacia, portando anche all'estero il Made in Italy con orgoglio. Questo ci consente di essere oggi presenti in oltre 50 paesi nel mondo.

**Attenzione alla Qualità:** elemento imprescindibile senza il quale si fa poca strada. Qualità e sguardo rivolto al futuro vanno di pari passo per permettere ad un'azienda di fidelizzare nel tempo i fruitori dei propri prodotti.

**Attenzione alle Persone:** i punti precedenti sono frutto della capacità delle Persone. Il team aziendale è quotidianamente rivolto a sviluppare ed acquisire nuove competenze, sia tramite l'arrivo di persone che ne portino di nuove, sia tramite la crescita professionale e umana di ciascuno di noi. Non possiamo oggi affrontare il lavoro con la mentalità e gli strumenti che usavamo 5 anni fa. Tra 5 anni lavoreremo in modo diverso, molto diverso da adesso.

Abbiamo toccato con mano in quest'ultimo anno che la velocità del cambiamento può essere molto rapida, e che è importante abbracciare il cambiamento, non opporvisi, perché altrimenti ne saremo travolti.

Prosperano le aziende che meglio sanno adattarsi al cambiamento, non le aziende più forti. Ce lo insegna Darwin, ed è l'arma vincente delle piccole aziende.

Apprendere gli aspetti positivi che ciascun cambiamento apporta, farli diventare parte della cultura aziendale e trasformarli in comportamenti più efficienti rispetto al passato sono i passi che **perseguiamo per avere uno sguardo orientato al futuro.**

Le pagine che seguono rappresentano il nostro primo Bilancio di Sostenibilità. Nel lavorarci ci siamo resi conto che tantissime scelte che quotidianamente operiamo sono già nel solco della Sostenibilità; la volontà di scrivere questo primo bilancio ci ha permesso di raggrupparle sotto un unico cappello facendo emergere il filo conduttore che le lega.

La cultura del nostro territorio ci porta naturalmente a lavorare molto, a volte a discapito della comunicazione, elemento importante per tutto il gruppo Candioli su cui concentreremo le nostre energie anche nel prossimo futuro.

Il cammino che abbiamo di fronte è ricco di opportunità di miglioramento, che si tradurranno in azioni esplicite, se la cultura della Sostenibilità diventerà sempre più parte del nostro modo di pensare ed agire quotidiano.

Questo è quello che il Gruppo Candioli auspica, e per cui si sta impegnando.



Lle



## 1. INTRODUZIONE

### 1.1 Scopo del report

Candioli Pharma ha deciso di rendicontare il proprio operato nei confronti dei suoi stakeholder, considerando strategico il tema della responsabilità sociale d'impresa. L'azienda è convinta che i benefici raggiungibili siano molteplici: dalla competitività alla gestione del rischio, dalla riduzione dei costi all'accesso al capitale, passando per un miglioramento delle relazioni con i clienti e della gestione delle risorse umane. Uno strumento essenziale per la proiezione nel futuro dell'azienda, che permetta di continuare il cammino di innovazione, accompagnandolo allo sviluppo sostenibile.

### 1.2 Perimetro del report

Il perimetro di rendicontazione di questo bilancio di sostenibilità copre le attività del gruppo Candioli Pharma, che comprende le seguenti società:

- ▶ Istituto Profilattico e Farmaceutico Candioli & C. S.r.l. (holding)
- ▶ Candioli S.r.l.
- ▶ ACEL Pharma S.r.l.
- ▶ Diciotto S.r.l.
- ▶ Vetark Product Ltd, società con sede nel Regno Unito, controllata al 100% dal gruppo (esclusa dal perimetro di rendicontazione, per questo primo bilancio).

### 1.3 Nota Metodologica

Il presente documento è il primo Report di sostenibilità redatto da Candioli Pharma. Il Report ha come periodo di riferimento l'anno solare 2020, salvo ove diversamente specificato. Quando disponibili, i dati e gli indicatori sono stati elaborati e riportati per il triennio 2018-2020, con l'obiettivo di favorire la comparabilità delle prestazioni fra i diversi anni.

Il perimetro di rendicontazione copre tutte le attività di Candioli Pharma.

Ove opportuno e possibile, gli indicatori di prestazione sono stati elaborati e riportati distintamente per le diverse società del gruppo.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni e di redazione del Report è stato

guidato dalla Direzione di Candioli Pharma e coordinato e gestito dal Comitato per la Sostenibilità, in collaborazione con le diverse funzioni aziendali.

I contenuti del Report sono stati predisposti secondo i GRI Standards 2016 della “Global Reporting Initiative” (GRI)18 ed in base alla copertura degli standard disclosure e degli indicatori associati agli aspetti materiali, il livello di aderenza al GRI autodichiarato è “in accordance – core”.

L'ampiezza e la profondità della rendicontazione dei temi trattati nel documento riflettono i risultati dell'Analisi di Materialità.

I dati economici, finanziari e di governance sono stati ripresi dai dati e dalle informazioni elaborate ai fini del Bilancio civilistico.

Infine, i dati sul personale e quelli relativi agli altri aspetti trattati nel documento sono stati raccolti direttamente presso le funzioni responsabili.

Il Report di Sostenibilità e il GRI Content Index sono liberamente scaricabili all'indirizzo: [www.candioli.it](http://www.candioli.it)

Per questa prima edizione del documento, si è scelto di non sottoporre il Report a verifica esterna da parte di una società di revisione.



#### 1.4 Integrazione della sostenibilità – Agenda ONU 2030



Diciassette sono gli obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, per far sì che nel 2030 il mondo appaia maggiormente evoluto e trasformato, rispetto alla visione che possediamo tutti noi oggi.

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un vero e proprio programma d'azione, in cui il pianeta Terra, e tutte le persone che ne fanno parte, si impegnano a raggiungere traguardi e obiettivi di miglioramento nei confronti del mondo. La proposta è stata sottoscritta nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Nel suo insieme, include 17 Obiettivi, che vanno a richiamare in un grande programma i 169 “target” o traguardi. Tutti i Paesi si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030. L'avvio dei lavori ha avuto inizio nel 2016.

Il cuore dei temi, protagonisti dell'Agenda 2030, sono le questioni reputate più importanti, affinché si raggiungano risultati ottimali nel rispetto del nostro Pianeta Terra. Alcuni dei macro-obiettivi: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico.

L'aggettivo “comuni” sta a sottolineare il rilievo del fatto che riguardano, senza esclusione, tutti i Paesi e i loro individui: nessuno deve essere lasciato indietro lungo il cammino, che porta il mondo verso la sostenibilità e la salvaguardia dell'ambiente.

Candioli Pharma ha deciso fin dall'inizio del progetto di fare la sua parte, scegliendo 4 tra i 17 obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile anche in questo 2020:

- ▶ Parità di genere
- ▶ Lavoro dignitoso e crescita economica
- ▶ Imprese, innovazione e infrastrutture
- ▶ Consumo e produzione responsabili

All'interno del documento si troveranno i riferimenti dove di pertinenza.



## PARITÀ DI GENERE

**Obiettivo 5: Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze**

La parità di genere è una condizione necessaria per un mondo prospero e sostenibile, oltre ad essere un diritto umano fondamentale. In tal senso, non dobbiamo dimenticare quanto donne e ragazze ancora oggi continuano a subire discriminazioni e violenze in ogni parte del mondo.

Candioli Pharma, partecipando da sempre alla realizzazione di questo obiettivo, procede nell'intento di assumere all'interno del suo organico risorse femminili e maschili, senza discriminazione.

Infatti, in azienda lavorano:



Il garantire alle donne un lavoro dignitoso promuoverà economie sostenibili, di cui beneficerà l'umanità intera.

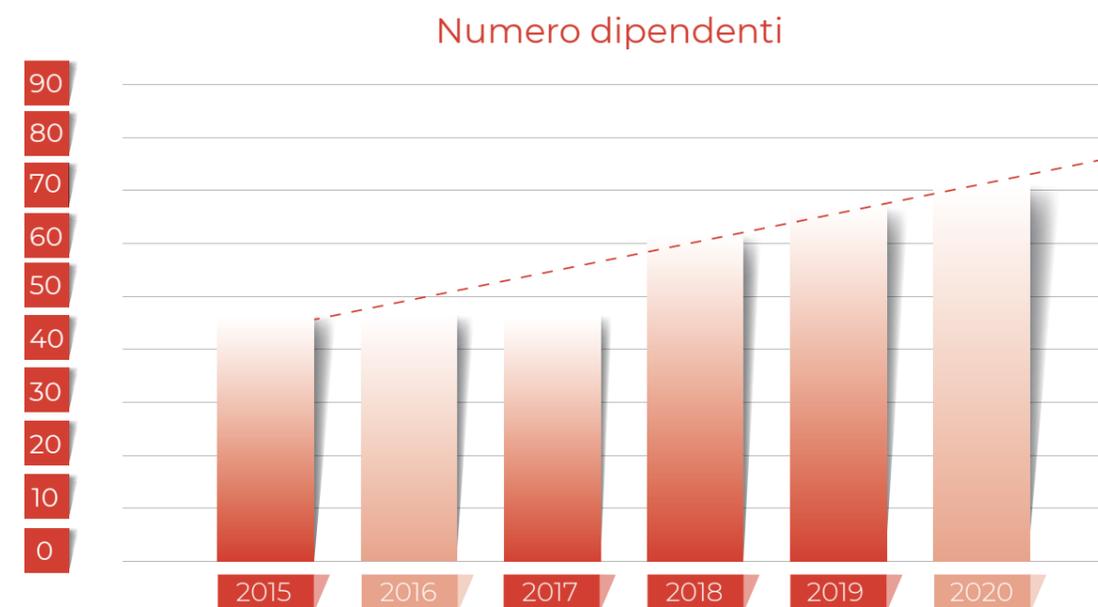


## LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

**Obiettivo 8: Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti**

La creazione di posti di lavoro rimane una delle sfide maggiori per quasi tutte le economie. L'impegno per una crescita economica e sostenibile richiede sicuramente la creazione di condizioni che permettano alle persone di avere posti di lavoro di qualità, che stimolino le economie, ma che al tempo stesso non danneggino l'ambiente.

Candioli Pharma dal 2015 ad oggi ha aumentato le assunzioni in tutte le sue funzioni aziendali:



## IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

**Obiettivo 9: Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile**

Uno dei fattori più rilevanti nel creare sostenibilità è investire al meglio in infrastrutture, come ad esempio trasporti, energie e tecnologie della comunicazione. Questa tipologia di mezzi è un aiuto insostituibile per rafforzare le capacità di industrie e aziende.

Lo sviluppo industriale inclusivo e sostenibile è la prima fonte di generazione di reddito; esso permette un aumento rapido e sostenuto del tenore di vita delle persone e fornisce soluzioni tecnologiche per un'industrializzazione che rispetti l'ambiente.

L'attenzione che il Gruppo Candioli dedica all'innovazione sostenibile è sempre maggiore anno dopo anno, rendendo questa uno dei pilastri fondamentali degli sviluppi futuri.





**CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILE**  
**Obiettivo 12: Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo**

Per definire la propria produzione e il proprio consumo di risorse sostenibile, bisogna far sì che energia e infrastrutture siano efficienti e rispettose dell'ambiente circostante. Lavorare in questo modo favorisce la realizzazione di piani di sviluppo eccellenti, la riduzione dei costi economici, ambientali e sociali e il miglioramento della competitività economica.

Il Gruppo Candioli incoraggia l'adozione di modelli sostenibili di produzione e consumo e nel corso del 2020 ha intrapreso e finanziato un innovativo progetto legato all'economia circolare.

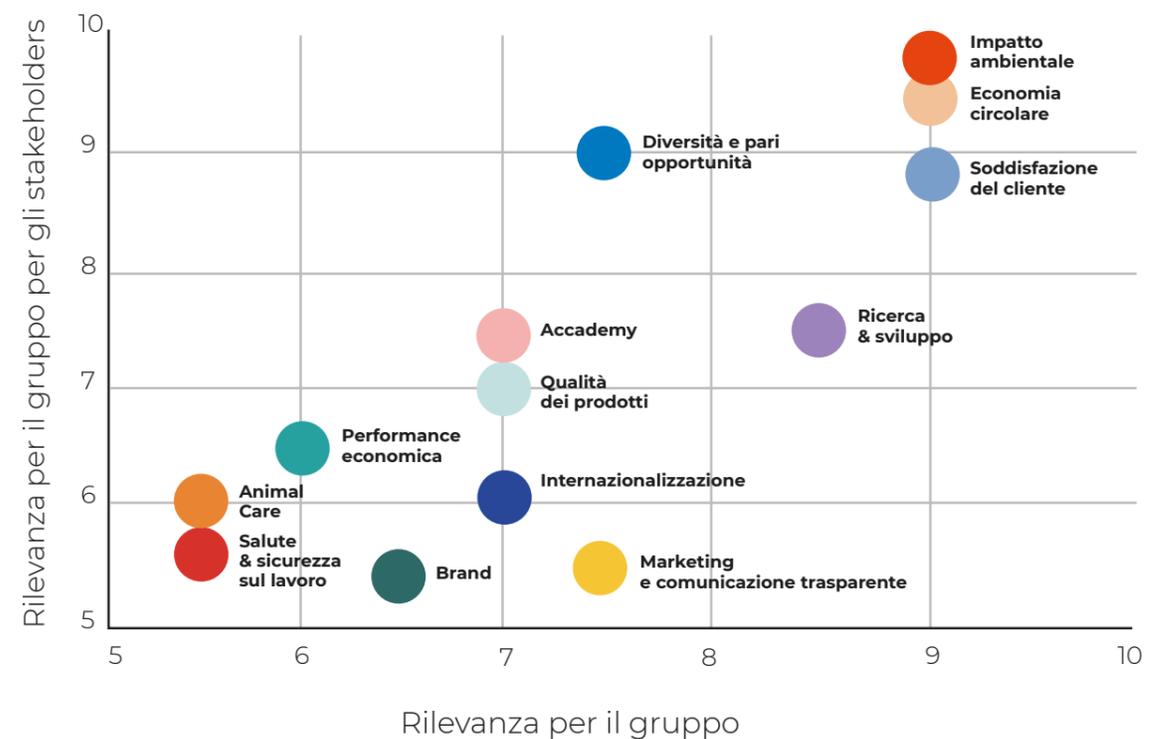
**1.5 Analisi di Materialità**

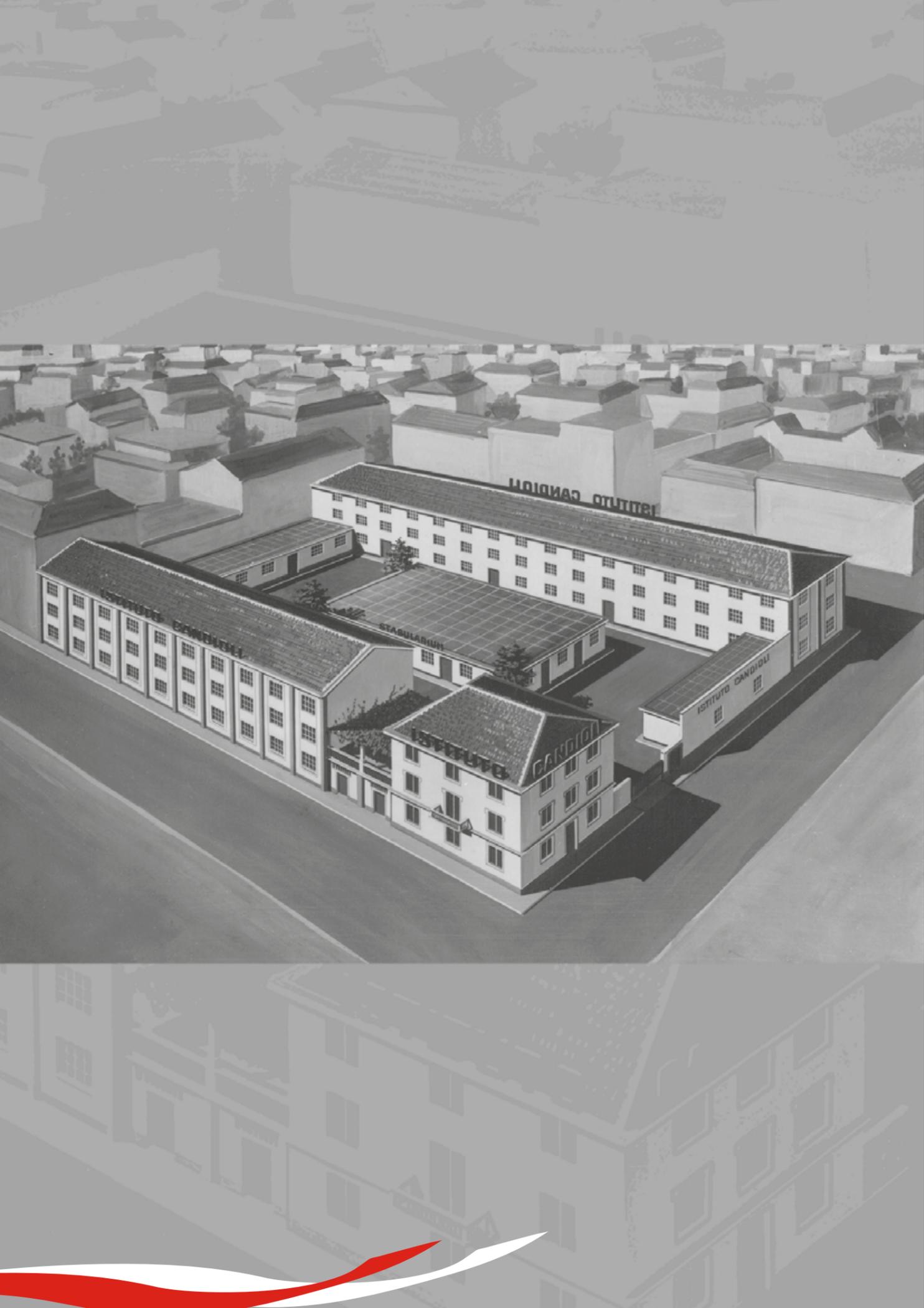
La Matrice di Materialità è lo strumento per identificare i temi materiali, vale a dire i temi che, da un lato, rappresentano le priorità strategiche per l'azienda e, dall'altro, influenzano gli interessi e le aspettative degli stakeholder.

All'interno della matrice, è possibile ritrovare i 13 temi ritenuti materiali dal Gruppo Candioli e dai suoi stakeholder, posizionati lungo due assi:

- ▶ l'asse delle ascisse riflette la significatività degli aspetti per il Gruppo;
- ▶ l'asse delle ordinate riflette la significatività degli aspetti per i principali stakeholder.

**Matrice di Materialità**





Dal centro della matrice verso destra, sono posizionati i temi su cui Candioli Pharma ha lavorato ampiamente nell'arco di questi ultimi vent'anni. Mentre, dal centro della matrice verso sinistra, si possono visualizzare i temi, sui quali Candioli ha la priorità di lavorare nell'arco di tutto il 2021.

TEMI MATERIALI	CHE COSA SIGNIFICA PER CANDIOLI
IMPATTO AMBIENTALE	Realizzare azioni concrete per il miglioramento continuo del profilo ambientale del Gruppo, grazie a un'attenta gestione dei rischi ambientali e all'adozione di sistemi di gestione ambientale sempre più strutturati ed efficaci.
EFFICIENZA ENERGETICA	Ricercare la costante riduzione dei consumi energetici diretti e indiretti e attuare investimenti per l'adozione delle migliori tecnologie disponibili in termini di efficienza energetica.
ECONOMIA CIRCOLARE	Ricercare il riutilizzo e la valorizzazione dei materiali di scarto, mirando a massimizzare il recupero di materia e minimizzando al contempo la produzione di rifiuti, il consumo di risorse naturali e di energia, fin dalla progettazione dei prodotti.
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	Porre i clienti al centro delle decisioni strategiche e operative del Gruppo, al fine di comprendere e anticipare le loro esigenze, presenti e future, e di rispondervi prontamente.
RICERCA & SVILUPPO	Promuovere la costante innovazione di processo e di prodotto per assicurare sia il miglioramento della qualità dei prodotti sia la riduzione degli impatti sull'ambiente.
QUALITÀ DEI PRODOTTI	Curare la qualità dei prodotti in tutti i loro componenti, per offrire ai clienti l'eccellenza.
INTERNAZIONALIZZAZIONE	Promuovere la qualità del prodotto Candioli made in Italy in tutti i paesi del mondo con obiettivo primario l'incremento delle quote nel mercato europeo.
ANIMAL CARE	La costante cura e attenzione verso il benessere degli animali da compagnia per migliorare la loro qualità di vita.
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	Sostenere e promuovere la diversità, in tutte le sue forme e manifestazioni, al fine di creare un ambiente di lavoro sempre più inclusivo, in cui vengano coltivati i diversi punti di vista, la voce, l'individualità e le specificità di ogni persona.
SALUTE & SICUREZZA SUL LAVORO	Promuovere lo sviluppo di condizioni di lavoro, che assicurino il rispetto della salute e del benessere fisico dei lavoratori, grazie a sistemi di gestione, che consentano la prevenzione degli infortuni sul lavoro e delle malattie professionali.
BRAND	La reputazione e differenziazione del nostro brand è un elemento fondamentale, per mantenere le relazioni con i nostri clienti e con le nostre risorse e accedere a nuove opportunità di business.
PERFORMANCE ECONOMICA	Una performance economica positiva e sostenibile è indispensabile per ogni attività. Gli impatti non derivano solo dall'utile prodotto, ma anche dal valore economico diretto, distribuito agli stakeholder.
MARKETING E COMUNICAZIONE TRASPARENTE	Ogni azione di marketing e comunicazione è svolta in modo responsabile e trasparente, cercando di creare valore in ogni azione e generare fiducia verso i nostri clienti finali. Grazie alla comunicazione multicanale, si consente la diffusione del messaggio coerentemente.



## 2. PROFILO DELL'AZIENDA

### 2.1 La storia

**1882** L'Istituto Farmaceutico Candioli viene fondato a Roma nel 1882 dal Dr. Attilio Candioli presso il laboratorio della farmacia di famiglia, sita in via Nazionale.

Dopo il conseguimento della laurea in Chimica Farmacia, Attilio comincia un percorso di innovazione farmaceutica, rivoluzionando il segmento del trattamento della pediculosi: il suo primo progetto permette di disperdere con successo l'unguento mercuriale, ai tempi utilizzato come antiparassitario, nel talco, ottenendone, come prodotto finito, una polvere impalpabile.

La sua passione per la formulazione farmaceutica viene inevitabilmente lasciata in eredità al figlio Cesare, il quale si laurea a Siena in Chimica e Farmacia e apre a Livorno una propria azienda. In quei locali, riprende in mano l'antico ricettario del padre Attilio e formula il **MOM in polvere**.



Mod. E-2

  
**MINISTERO DELLE CORPORAZIONI**  
UFFICIO DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

**Estratto dal Registro dei Marchi**

**MARCHIO N. 25789**

Marchio o segno distintivo di fabbrica e di commercio depositato presso l'Ufficio della Proprietà Intellettuale

nel giorno ventiquattro del mese maggio 1923 ore 18

da Cesare Candioli

residente a Roma

per contraddistinguere: polvere antiparassitaria.

- Trascritto il primo aprile 1924 -





Roma 1913 XI - Tip. G. Candioli - Via C. d'Az. 4/A (ord. N. 0058-2070)

**1924** Viene depositato il marchio MOM e nel 1939 la polvere antiparassitaria MOM risulta il *primo Presidio Medico Chirurgico registrato in Italia*. Per molti anni, il MOM è stato l'unico protagonista sul mercato italiano degli antiparassitari umani, divenendo uno di quei rari prodotti che identifica tutta una categoria merceologica.

**1931** Il Dr. Cesare Candioli giunge a Torino, serbando in sé la speranza di trovare una città più grande e aperta, in grado di accogliere il suo spirito di imprenditore industriale. Viene inaugurato il primo stabilimento Candioli, situato in Corso Regina Margherita. In quegli anni, l'azienda vive un momento di grande espansione, i prodotti Candioli sono distribuiti su tutto il territorio nazionale.

A seguito della fine della Guerra, che vede anche la distruzione dello stabilimento ed il trasferimento in un nuovo fabbricato fuori città, l'azienda decide di aprire una nuova sede nel quartiere torinese di Barriera di Milano. In quel periodo, il core business aziendale continua ad essere rappresentato dai prodotti a marchio MOM, di cui negli anni, sono stati depositati diversi marchi e un vasto portafoglio di prodotti ad uso umano.



*Il giustiziere!*

*più di un milione di pezzi venduti al mese*

*il MOM è il primo antiparassitario creato e messo in commercio con tecnica industriale, la cui vendita è autorizzata dal Ministero degli Interni con Decreto N° 1 Gazzetta Ufficiale N° 196 -*

**S.A.I. CANDIOLI - TORINO**



*più di un milione di pezzi venduti al mese*

*il MOM è il primo antiparassitario creato e messo in commercio con tecnica industriale, la cui vendita è autorizzata dal Ministero degli Interni con Decreto N°1-Gazzetta Ufficiale N°196 -*  
**S.A.I. CANDIOLI • TORINO**

## 1946

Il Dr. Cesare Candioli nutre una grande passione per i cavalli, interesse che consente all'azienda di diventare precursore di un nuovo segmento di mercato: a livello nazionale l'Istituto Farmaceutico Candioli rivolge l'attenzione ad un **nuovo target**, che non risulta ancora preso in considerazione dalle altre aziende farmaceutiche.

Per la prima volta, Candioli dedica i suoi investimenti aziendali al mondo dei **Cavalli Atleti**.

Negli anni '60 l'azienda si trasferisce in Borgo San Paolo e sperimenta una nuova linea di prodotti, quella per **uccellini**: prende vita, perciò, la **linea ornitologia**, che diventa presenza irrinunciabile nelle gare dei colombi viaggiatori e nelle principali fiere di settore.



## 1963

Candioli inizia a lavorare ai primi prodotti, destinati ai **piccoli animali**, specialmente a cani e gatti. È proprio in quegli anni che inizia a svilupparsi la propensione del consumatore a stabilire con il proprio animale da compagnia un rapporto affettivo autentico.

## 1967

La Dott.ssa Enrica Candioli, figlia di Cesare, entra in azienda dando così continuità alla tradizione imprenditoriale della famiglia. Pochi anni dopo anche il marito, Riccardo Cravero, si unisce alla compagine sociale, dedicandosi alla parte amministrativa.

Verso gli anni '70, la linea antipediculosi MOM si amplia, grazie all'introduzione della formulazione shampoo, che rappresenta una vera e propria svolta nel trattamento delle parassitosi umane, eliminando il ri-



schio di inalazione delle polveri. Successivamente, a tal proposito, vengono sviluppate nuove referenze, come la lozione preventiva, la schiuma, il gel e altri prodotti a completamento della gamma.

**1973** Candioli cambia nuovamente sede e si trasferisce nell'odierno stabilimento di Beinasco appena ultimato, che occupa un'area di 6.000 mq. All'interno, si concentrano le **attività produttive e di ricerca e sviluppo**, che collaborano in stretta sinergia anche con importanti centri universitari e di ricerca, sia italiani sia esteri.

In questa sede si concentrano le produzioni di tutti i prodotti della linea Umana e Veterinaria.

**2001** Luca Cravero Candioli, unico rappresentante della quarta generazione della famiglia, entra in azienda dopo un percorso di studi e lavorativo all'estero e in altre realtà industriali.

**2004** Ha inizio un processo di internazionalizzazione e apertura verso il mercato estero: dapprima negli Stati Uniti, approdando via via presso nuovi Paesi.

**2018** Candioli Pharma acquisisce la sua prima filiale estera, **Vetark**.

**Oggi,** Candioli Pharma esporta i propri prodotti in 54 paesi nel mondo, tramite un network di distributori esclusivi, utilizzando i propri marchi che sono diventati, nel settore veterinario, sinonimo della qualità che il Made in Italy riesce ad esprimere.

Il core business aziendale è rappresentato per l'80% dalla linea veterinaria per gli animali da compagnia ed il mercato export pesa il 24% dell'intero fatturato aziendale.

Una piccola fetta del fatturato è rappresentata da produzione in conto terzi, nata dall'avvio di partnership con diverse realtà importanti nel settore veterinario.

## 2.2 Chi siamo

### 2.2.1 Candioli

Nei suoi quasi 140 anni di storia, l'Azienda Candioli ha definito nuovi campi di specializzazione, producendo sia prodotti destinati ad uso umano, sia ad uso veterinario. Appartengono al primo gruppo i prodotti antiparassitari, che hanno reso Candioli società leader in Italia da sessant'anni ed i prodotti dermocosmetici, tutti distribuiti capillarmente nelle farmacie italiane ed in alcuni paesi esteri.

La linea veterinaria si concentra invece su prodotti per cani e gatti, cavalli da corsa e uccelli, distribuiti principalmente nelle farmacie e nei negozi specializzati (pet shops). La maggior parte del portafoglio prodotti è composta da mangimi complementari per particolari fini nutrizionali e da prodotti cosmetici, distribuiti capillarmente in Italia e in circa 50 Paesi esteri.

### 2.2.2 Vetark



Lo stabilimento di Vetark si trova a Winchester, in Inghilterra. È stata fondata nel 1988 da Peter Scott, veterinario e opinion leader nazionale, specializzato in Animali Esotici, e da sua moglie, Zena. Vetark ha cambiato il panorama della nutrizione animale esotica nel Regno Unito con le sue esclusive gamme di vitamine e integratori, rispondendo alle esigenze del settore, in termini di efficacia e qualità del prodotto. Tutte le formulazioni sono state sviluppate da specialisti veterinari riconosciuti da RCVS (Royal College of Veterinary Surgeons) e l'azienda è certificata per la produzione di medicinali veterinari per specie minori.

La presenza a vari Congressi ed eventi nazionali ed internazionali sono stati in questi anni il modo migliore per diffondere il marchio tra i veterinari che si occupano di animali esotici, per comprendere meglio le loro esigenze.

La filiale britannica produce e commercializza prodotti per animali esotici nel Regno Unito e in più di 20 paesi nel mondo.

*Candioli, azienda italiana che produce farmaci e prodotti veterinari, ha acquisito Vetark Products, realtà britannica con sede a Winchester fondata nel 1988 da Peter Scott, veterinario e opinion leader specializzato in animali esotici, e da sua moglie Zena.*

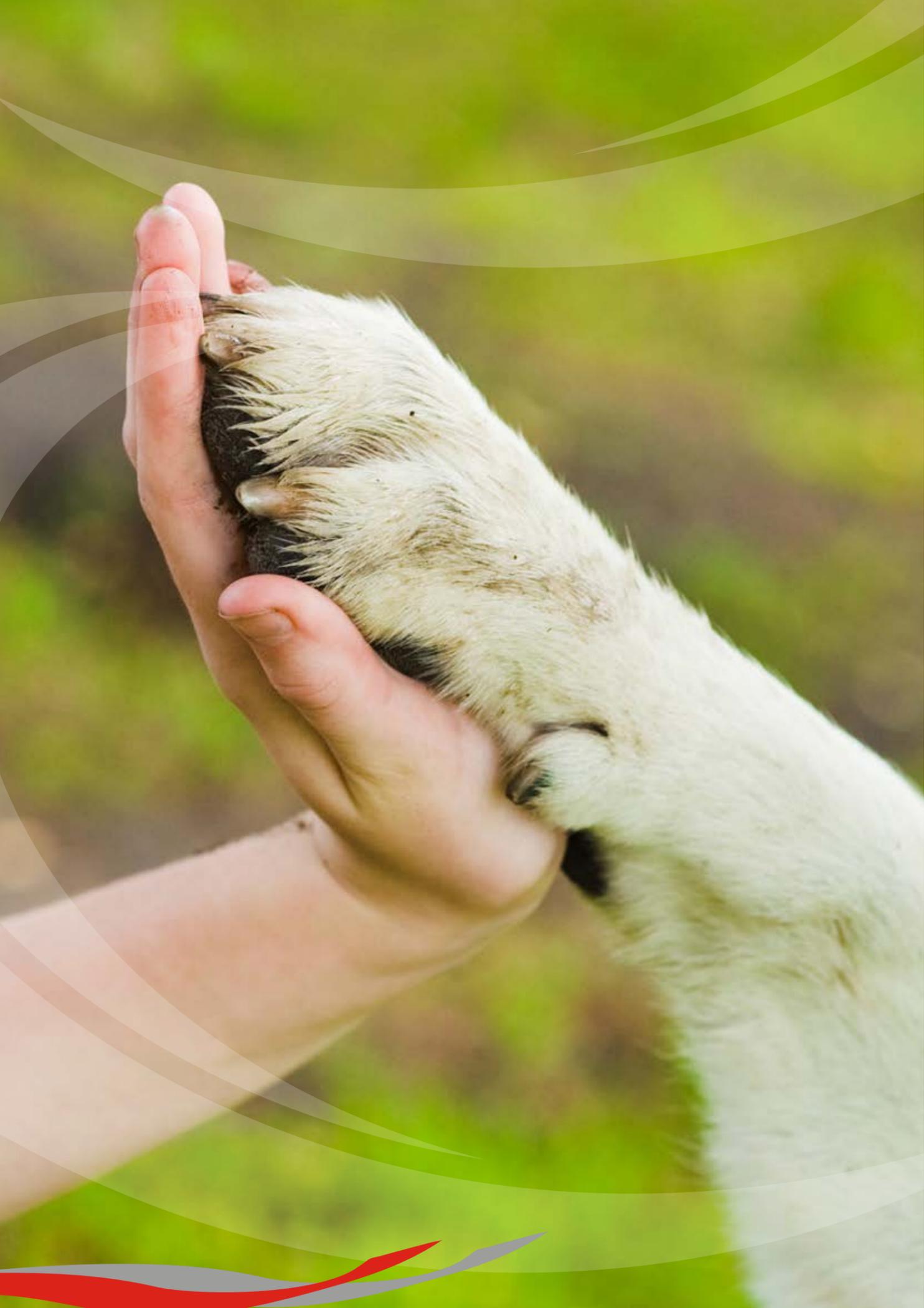


*“Luca Cravero Candioli, amministratore unico di Candioli, ha così commentato l'operazione completata a fine 2018: «L'azienda ha iniziato un percorso di internazionalizzazione da più di dieci anni. Oggi i nostri prodotti sono apprezzati in circa cinquanta Paesi. L'acquisizione di Vetark ci permette di stabilire la prima filiale estera per cogliere nuove opportunità commerciali in quello che è il mercato europeo più importante».*

*Candioli è nata in Italia nel 1882 ed è impegnata nella ricerca di innovazione e sviluppo di nuove tecnologie produttive. L'azienda produce in Italia e commercializza in tutti i continenti farmaci, parafarmaci, mangimi complementari e prodotti per l'igiene e la bellezza di cani, gatti, cavalli e uccelli. Vetark dal canto suo produce e commercializza i suoi prodotti nel Regno Unito e in più di 20 Paesi nel mondo ed è specializzata in prodotti per animali esotici.*

*L'obiettivo di Candioli è concretizzare le opportunità di sinergia offerte dall'acquisizione per favorire la diffusione dei prodotti dell'azienda italiana in UK e per integrare la rete distributiva internazionale delle due aziende.”*

*Articolo pubblicato sul giornale Petb2b il 17/01/2019*



### 2.3 I valori dell'azienda

Il Gruppo Candioli si è sviluppato negli anni, seguendo principi e valori che lo caratterizzano tutt'oggi e che gli hanno permesso di crescere e affermarsi nei settori di riferimento. La **QUALITÀ** dei prodotti sviluppati, unita all'**INNOVAZIONE**, che ha perfezionato la tradizione e guidato il cambiamento, sono solo due dei valori, su cui si è fondata la cultura aziendale.

Ogni partecipante alla vita aziendale è chiamato a dimostrare con **INTEGRITÀ** il proprio impegno verso questi valori, al fine di costruire un clima di fiducia ad ogni livello dell'organizzazione e proiettarlo verso l'esterno, in primis ai **CLIENTI**.

**QUALITÀ-INNOVAZIONE-INTEGRITÀ-CLIENTI** sono i capisaldi della filosofia di gestione nel Gruppo Candioli.

Nel 2020 l'azienda ha iniziato un percorso di sviluppo interno a 360°, che coinvolge in modo più approfondito le risorse umane. Da un'attenta analisi della storia e dell'evoluzione, che questa ha avuto negli ultimi decenni, si evince che la Qualità con cui si opera quotidianamente è ormai un requisito base, intrinseco in ogni prodotto, relazione e servizio; così come il rapporto coltivato negli anni con i Clienti, che si rafforza quotidianamente nell'attività svolta da ogni Informatore Scientifico del Farmaco (ISF) o agente sul territorio.

Parallelamente si identificano due valori, che fanno da sempre parte del DNA in Candioli e che ogni giorno si sceglie di promuovere, in quanto rappresentano una leva di cambiamenti positivi e nuove opportunità: la **DIVERSITÀ & INCLUSIONE** e la **FIDUCIA**.

Candioli valorizza ed incoraggia la Diversità, per poter approcciare tutte le prospettive diverse con un atteggiamento aperto e cooperativo e promuove una cultura di Inclusione, in cui si è liberi di esprimere sé stessi, sempre nel rispetto degli altri. La Diversità e l'Inclusione contribuiscono ad aumentare la Fiducia lungo tutta la catena di valore, attraverso un ambiente di lavoro che riconosce e rispetta i diritti umani, promuove le pari opportunità e lo sviluppo delle persone. L'ampiezza di vedute del management Candioli ed il riconoscere come uno stimolo i portatori di valori e culture diverse ha permesso una rapida espansione del Gruppo Candioli in paesi molto diversi tra loro. Per il team Candioli è normale interloquire quotidianamente con clienti e utilizzatori dei prodotti sparsi per il mondo, apprezzando e valorizzandone la diversa visione, e contribuendo a migliorare i propri prodotti traendo spunti dalle osservazioni dei clienti che utilizzano o apprezzano i prodotti in modo diverso rispetto al cliente europeo.

Candioli da sempre considera fondamentali gli aspetti legati al benessere personale dei dipendenti, consapevoli che la performance sul luogo di lavoro sia direttamente collegata alla salute psicofisica dell'individuo. Per questo motivo l'azienda è stata ad esempio una delle prime a permettere ai propri dipendenti di portare il cane al lavoro.



## 2.4 Mission

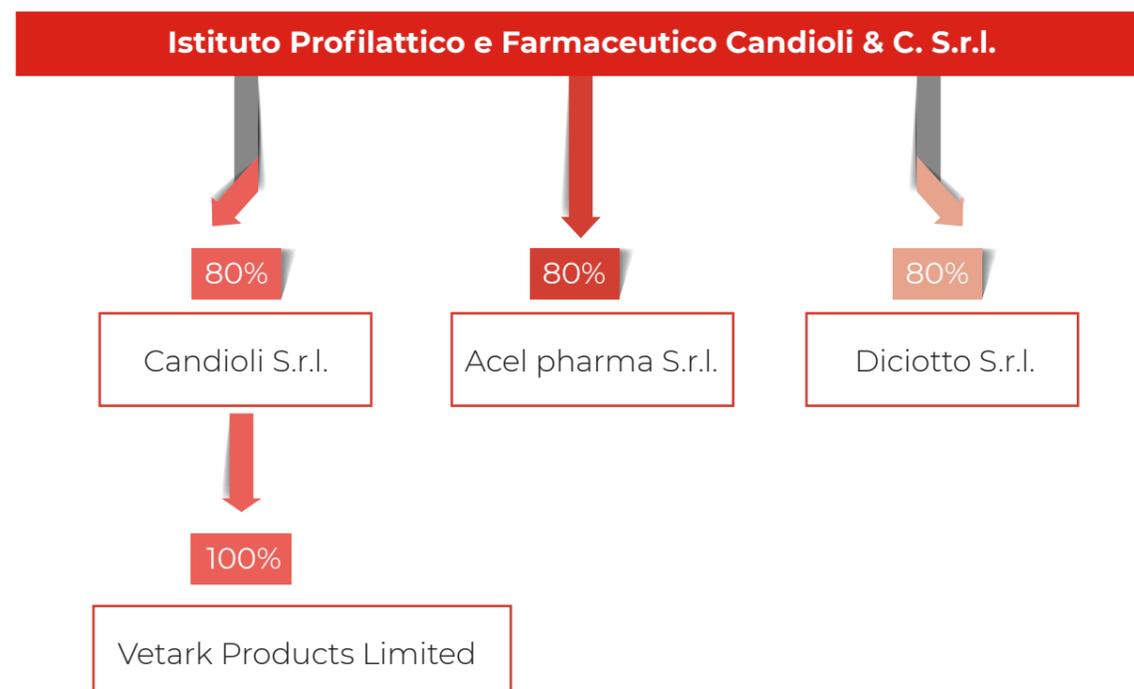
La nostra Mission è quella di **portare soluzioni innovative a veterinari e proprietari di animali**, affinché la qualità della vita dei pets sia sempre più in linea con gli standard della nostra società.

***Crediamo fermamente che la ricerca continua e rigorosa della qualità sia l'unica via per perseguire il nostro obiettivo finale: migliorare la qualità di vita degli animali da compagnia.***

## 2.5 Assetto Societario

Il Gruppo Candioli è composto da:

- ▶ **Istituto Profilattico e Farmaceutico Candioli & C. S.r.l.**, la holding del gruppo  
Sede Legale Beinasco (TO) Via Manzoni Ang. Str. Ant. di None Cap 10092
- ▶ **ACEL Pharma S.r.l.**, azienda produttiva, che si occupa anche di Qualità e R&D  
Sede Legale e Operativa: Beinasco (TO) Via Manzoni, 2 Cap 10092
- ▶ **Candioli S.r.l.**, azienda commerciale e di divulgazione scientifica  
Sede Legale e Operativa: Beinasco (TO) Strada Comunale di None, 1 Cap 10092
- ▶ **Diciotto S.r.l.**, che eroga alle altre aziende del Gruppo tutti i servizi di staff  
Sede Legale: Torino (TO) Via Antonio Genovesi, 15 Cap 10128  
Sede Operativa: Beinasco (TO) Via Manzoni, 2 Cap 10092
- ▶ **Vetark Products Limited**, azienda produttiva e commerciale (Fuori dal perimetro di questo report) Sede Legale e Operativa: Unit 2-3 Barfield Close, Winchester SO23 9SQ





## 2.6 Governance

La struttura di Governance, adottata dal Gruppo Candioli, è di tipo tradizionale. Le società del gruppo fanno capo alla famiglia Candioli, sia per proprietà che per gestione. In particolare, il ruolo di **General Manager** del Gruppo è ricoperto dal **Dr. Luca Cravero Candioli**, che ha poteri esecutivi e decisionali.

La figura del General Manager è di vitale importanza per l'azienda, in quanto definisce le strategie globali per competere con successo sul mercato, fissa gli obiettivi economici e organizzativi, concorda con le diverse funzioni coinvolte le azioni da mettere in atto per il loro raggiungimento; inoltre, supervisiona e approva la politica degli investimenti, assicurandosi di coinvolgere tutta la struttura organizzativa, allineandola agli obiettivi aziendali.

Il General Manager è coadiuvato da un Team di responsabili di diverse funzioni che si riunisce ogni tre settimane nel Comitato Operativo per verificare l'andamento dell'azienda e condividere lo status di avanzamento dei progetti su cui ciascun team aziendale è impegnato. Il Comitato Operativo funge da organo di condivisione del sistema di Governance di Candioli Pharma.

Queste figure sono fondamentali per l'azienda, per perseguire gli obiettivi economici e di sviluppo, mantenendo sempre alta l'attenzione sui tre pilastri fondamentali, secondo Candioli: ambientale, sociale e governance, quest'ultima intesa come insieme di regole, attese, responsabilità e diritti, che possano portare i massimi benefici a tutti gli stakeholder coinvolti.

## 2.7 Partner e Associazioni



Il benessere degli animali da compagnia è importante per Candioli, infatti il successo in questo ambito deriva dalle partecipazioni alle attività associative e della realtà sociale di appartenenza.

Nel 2020 Candioli Pharma è associata alle seguenti realtà:

- ▶ Unione Industriale di Torino
- ▶ Federchimica – Federazione nazionale dell'industria chimica
- ▶ Assalzo – Associazione Nazionale tra i produttori di alimenti zootecnici
- ▶ AIPA – Associazione Italiana Pesci ed Acquari dal 2021
- ▶ Consorzio Italbiotec – settore biotecnologie
- ▶ Bioindustry park

Inoltre, dal 2021 Candioli è anche associata ad AIPA (Associazione Italiana Salute Animale), che rappresenta le aziende operanti nel mercato della salute animale.

Alcuni degli obiettivi più frequentemente presi in considerazione attraverso queste collaborazioni sono:

- ▶ favorire la diffusione di modelli di consumo e di acquisto sostenibili ed etici
- ▶ lavorare insieme per migliorare continuamente la salute, la sicurezza e l'impatto ambientale del processo produttivo e dei prodotti
- ▶ comunicare con gli stakeholder e più in generale con il pubblico la necessità di un approccio One Health alla salute
- ▶ pianificare progetti in modo responsabile
- ▶ migliorare la gestione del prodotto
- ▶ favorire l'integrazione delle considerazioni ambientali
- ▶ stimolare le imprese a investire in R&S e a proporre soluzioni ecoinnovative
- ▶ ridurre gli impatti ambientali dei consumi
- ▶ favorire il controllo degli aspetti sociali lungo la filiera produttiva
- ▶ portare a conoscenza e promuovere l'utilizzo di strumenti innovativi per la gestione aziendale, per la gestione del personale e per la comunicazione a terzi





## 2.8 Premi e Riconoscimenti

### Candioli Pharma insignita del Premio "Italia Best Managed Companies 2020" di Deloitte

Candioli Pharma ha ottenuto il prestigioso riconoscimento assegnato da Deloitte BMC Awards "Italia Best Managed Companies 2020", nato per premiare le aziende italiane che eccellono nella capacità organizzativa, nella definizione delle strategie di business e nella performance aziendale.

I parametri presi in considerazione per la valutazione sono le performance aziendali e i fattori critici di successo che misurano strategie, competenze, impegno verso le persone, la cultura aziendale, il processo di internazionalizzazione, la Corporate Social Responsibility e l'innovazione.

L'edizione del 2020 ha incluso nell'analisi anche la capacità di risposta all'emergenza causata dalla pandemia di Covid-19. La valutazione analitica è stata effettuata da una giuria, indipendente dal comitato organizzatore, costituita da noti esponenti della business community italiana, del mondo accademico e istituzionale.

Solo 53 aziende in tutta Italia hanno ricevuto questo prestigioso riconoscimento.



*Le peculiarità delle Best Managed Companies italiane*

### Premio "Miglior Progetto Alternanza Scuola Lavoro"

L'azienda da alcuni anni partecipa in modo attivo e costante alle iniziative di INDUSTRIA-MOCI, iniziativa che, dal 2010, vede ogni anno le piccole e medie imprese associate a Confindustria, aprire le porte ai giovani, ma anche agli amministratori degli enti locali, agli organi di informazione e a tutti coloro che interagiscono con le attività delle aziende.

INDUSTRIAMOCI è la cornice di riferimento per tutte le iniziative dedicate alla cultura d'impresa, oltre a quelle espressamente rivolte alle nuove generazioni, organizzate a livello nazionale e sul territorio dai Comitati Piccola Industria delle Associazioni. L'impegno per la diffusione della cultura d'impresa è un obiettivo prioritario di Piccola Industria. Promuovere la conoscenza del mondo dell'impresa vuol dire aumentare la consapevolezza sul ruolo fondamentale che essa svolge nell'economia e nella società, quale motore di crescita, di sviluppo e di benessere collettivo.



A febbraio 2020, poco prima dell'inizio della pandemia, l'azienda ha partecipato alla Decima Giornata Nazionale della Piccole e Medie Imprese, organizzatasi all'interno della XVIII Settimana della Cultura d'Impresa. In seguito alla partecipazione a tale giornata, svoltasi a Roma presso l'Auditorium del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Candioli si è aggiudicata il primo premio per il miglior progetto continuativo di alternanza scuola-lavoro. L'Alternanza scuola-lavoro è una modalità didattica innovativa, che attraverso l'esperienza pratica aiuta a consolidare le conoscenze acquisite a scuola e testare sul campo le attitudini di studentesse e studenti, ad arricchirne la formazione e a orientarne il percorso di studio e, in futuro, di lavoro, grazie a progetti in linea con il loro piano didattico.

Un'altra iniziativa a cui Candioli ha partecipato con grande orgoglio, sempre nell'ambito di Industriadmoci, è stata Fabbriche Aperte: una serie di giornate di apertura degli stabilimenti aziendali a visitatori esterni, per consentire loro di vedere come nascono i prodotti ed i servizi e di cogliere l'esperienza delle persone che contribuiscono a realizzarli. Si è trattato di un'occasione per raccontare la storia dell'azienda, l'orgoglio, i valori e la cultura, che sottostanno al lavoro quotidiano delle persone che ne fanno parte.



### 3. MODELLO DI BUSINESS E CONTESTO OPERATIVO



#### 3.1 Modello di Business

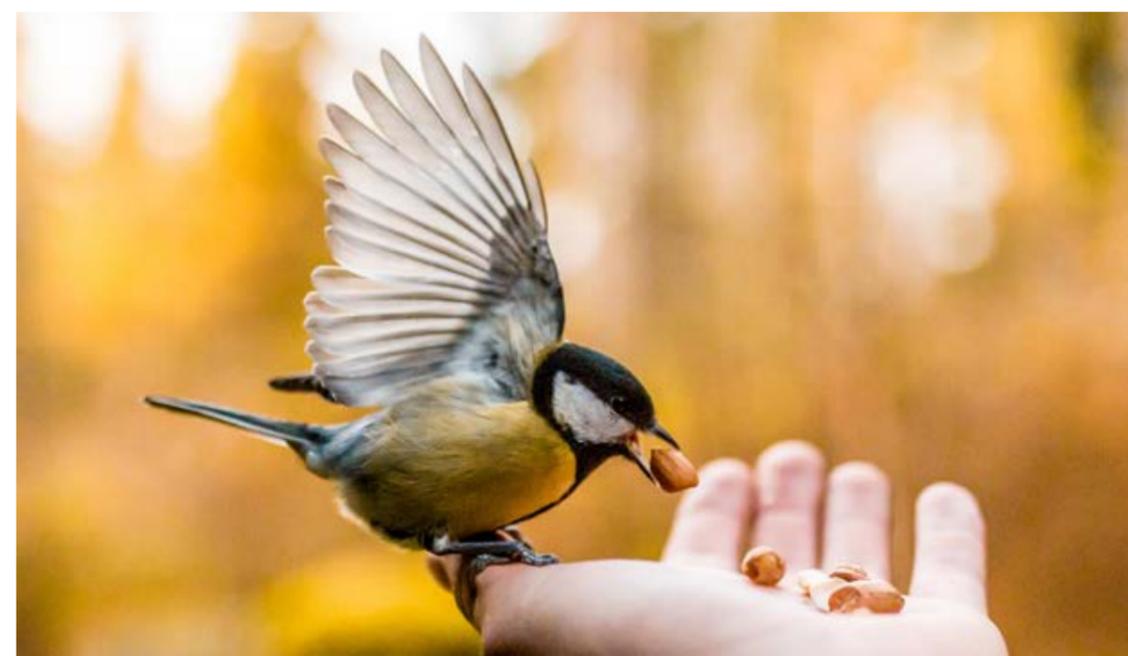
Il core business del Gruppo è il settore dei **mangimi complementari**: è un settore moderno, innovativo e con ottime prospettive di crescita.

È ormai sapere comune che la salute, sia degli uomini, sia degli animali, dipende innanzi tutto da una corretta integrazione all'alimentazione quotidiana.

I mangimi complementari corrispondono alla stessa categoria degli integratori per gli esseri umani e anche in campo veterinario l'uso di specifici integratori per cani e gatti contribuisce a 360° ad aumentare il loro benessere durante il ciclo di vita.

Oltre ai mangimi complementari, il Gruppo Candioli produce e commercializza:

- ▶ **specialità farmaceutiche**
- ▶ **prodotti per l'igiene per animali da compagnia**, quali cani, gatti, uccelli e specie minori, nelle forme solide, liquide e semisolide (paste)
- ▶ **antiparassitari per uso umano**
- ▶ **produzioni per aziende terze** (quali ad esempio Presidi medico-chirurgici, Dispositivi medici, Cosmetici, Prodotti zootecnici) e in questi ultimi anni si sono sviluppate diverse collaborazioni con importanti aziende italiane ed estere per la produzione a marchio di queste.



Le attività sono così suddivise tra le aziende del gruppo:

- ▶ **ACEL Pharma S.r.l.** si occupa degli aspetti di ricerca e sviluppo, formulazione e produzione dei prodotti
- ▶ **Candioli S.r.l.** si dedica alla distribuzione e alla vendita dei prodotti in Italia ed all'estero
- ▶ **Diciotto S.r.l.** si focalizza sugli aspetti amministrativi e sulle attività trasversali alle varie aziende del gruppo
- ▶ **Vetark Products Ltd** svolge attività produttive e di distribuzione nel mercato inglese.

Le vendite in Italia avvengono principalmente attraverso il canale veterinario, il canale farmacia e attraverso negozi specializzati. L'azienda mette a disposizione dei Medici Veterinari una costante, etica e capillare informazione scientifica, grazie alla rete di informatori principalmente monomandatari, e alla rete di agenti, che garantiscono l'approvvigionamento costante e puntuale dei canali distributivi.

Le vendite all'esterno si sviluppano attraverso un network di distributori esclusivi.



### 3.2 Contesto Operativo

Negli ultimi anni, la società si è evoluta e l'accesso e la fruizione di molte informazioni transitano anche attraverso il web. Non fa eccezione la comunicazione scientifica che si avvale di tanti strumenti: siti di riviste scientifiche, newsletter, giornali on line, webinar, formazione a distanza, siti di congressi medici e di associazioni di pazienti e altro ancora. Questi cambiamenti hanno avuto una influenza molto forte anche sul modo con cui le aziende farmaceutiche comunicano al medico le novità sui propri farmaci e sui progetti educazionali rivolti al medico stesso ed ai pazienti. La figura professionale dell'informatore medico scientifico oggi è affiancata da altri canali di comunicazione che non l'hanno certo scalzata ma che hanno invece arricchito l'offerta di informazioni che le aziende possono portare a medici e farmacisti. In questa realtà in evoluzione, il Covid ha avuto un effetto dirompente, accelerando processi già in atto e mettendo le aziende farmaceutiche di fronte alla necessità di adeguare le modalità di interazione con i propri stakeholder.

### 3.3 Cosa facciamo e come lo facciamo

Il **benessere degli animali** è un pilastro fondamentale, alla base del lavoro quotidiano all'interno del Gruppo Candioli.

Il focus di Candioli Pharma è orientato a:

#### 1. Fornire prodotti di alta qualità che migliorino il benessere degli animali da compagnia

Candioli Pharma crede che il benessere animale venga stimolato dall'utilizzo di prodotti specifici, che vadano ad aiutare l'animale durante le fasi della sua vita. Il nostro obiettivo è fornire sia al veterinario, sia al proprietario di cani e gatti, strumenti efficaci, che possano contribuire al miglioramento della vita dei loro animali domestici. Questo obiettivo è raggiunto con le attività di ricerca e sviluppo e la costante ricerca bibliografica, lo studio e l'aggiornamento continuo del personale. Tutti gli ingredienti e gli additivi



utilizzati sono presenti nel Catalogo delle materie prime (Regolamento (UE) 2017/1017) per mangimi e nel registro degli additivi autorizzati (*European Union Register of Feed additives*).

Per i mangimi destinati a particolari fini nutrizionali, la formulazione è ideata secondo il Regolamento (UE) 2020/354 della Commissione, del 4 marzo 2020, che istituisce un elenco di usi previsti di mangimi destinati a particolari fini nutrizionali e che abroga la direttiva 2008/38/CE.

Le produzioni seguono standard elevatissimi di qualità in tutta la filiera, dalla selezione dei fornitori, all'immissione in commercio per giungere al continuo monitoraggio post-marketing.

Lo standard seguito è quello delle **GMP**, per cui i funzionari del Ministero della Salute Italiano effettuano periodicamente ispezioni di sorveglianza specifica. GMP è l'acronimo di *Good Manufacturing Practices* o le Norme di Buona Fabbricazione (NBP). Vengono utilizzate nel settore alimentare e in quello farmaceutico, sono un insieme di

regole, che descrivono metodi, attrezzature, mezzi e gestione delle produzioni, al fine di garantirne gli standard qualitativi.

La certificazione GMP non è mandatoria per la produzione di mangimi complementari, ma l'azienda ha volontariamente deciso di garantire, attraverso tale standard, livelli di qualità superiore, come ad esempio l'utilizzo corretto di additivi, gli attenti controlli al fine di assicurare l'assenza di sostanze indesiderate, e così via.



Il Gruppo Candioli è stato il **primo in Italia** a conseguire questa certificazione volontaria, e ad oggi è uno dei pochi stabilimenti in Europa. Questo aspetto garantisce un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti, soprattutto in tema di esportazioni in paesi extra-europei.

Grazie alle GMP, è possibile seguire degli standard di processo, che garantiscono un prodotto finale di qualità elevata e continuativa. Passaggio fondamentale è la documentazione di ogni processo e attività, necessaria per riscontrare eventuali errori e apportare le dovute modifiche e correzioni.

I vari reparti produttivi di ACEL Pharma rispondono ai requisiti GMP; sono stati ampliati e ristrutturati nell'anno 2011. La grande tradizione, da cui nasce ACEL Pharma, prosegue nella continua evoluzione per il mantenimento di elevatissimi livelli di qualità di produzione, per il perseguimento di innovazioni nei processi di ricerca e sviluppo, per l'acquisizione di know-how.

## 2. Promuovere il benessere degli animali da compagnia

Il Gruppo Candioli lavora con passione per favorire il benessere degli animali domestici, nella sua più ampia accezione, sviluppando partnership con organizzazioni pertinenti, scuole e Università, fornendo istruzione su stili di vita sani per animali da compagnia e mirando a essere un punto di riferimento per tutti i soggetti interessati. A tal fine, vengono pubblicati e, quindi, divulgati:

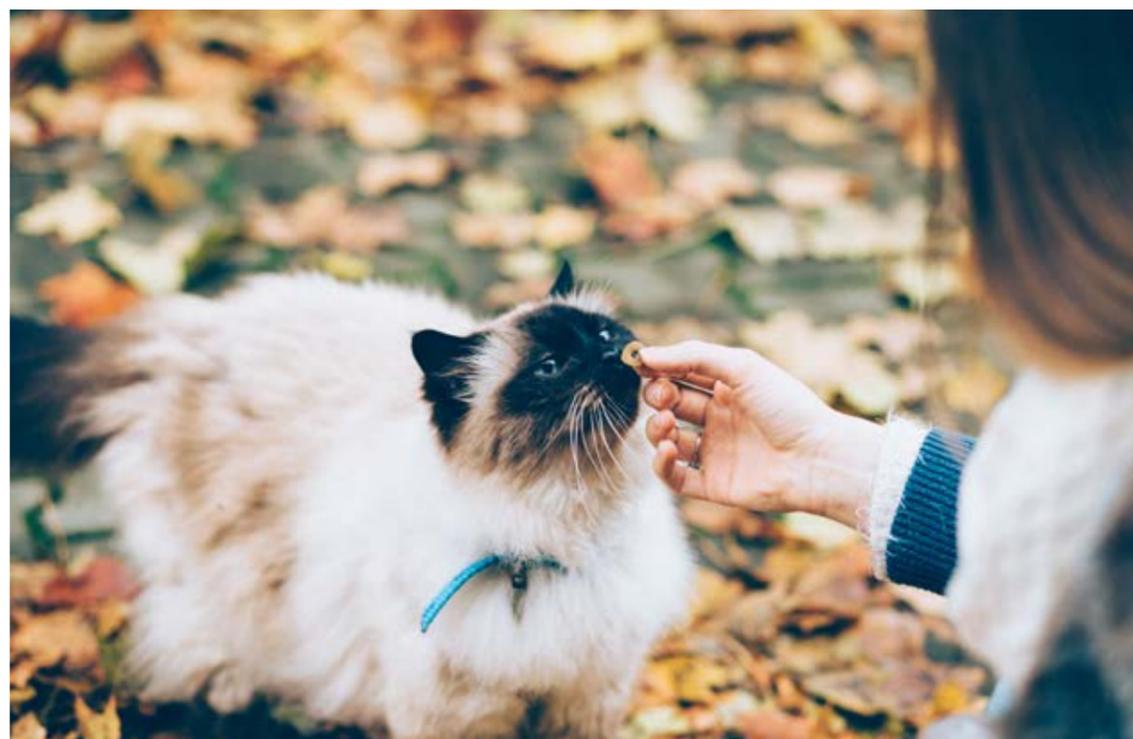
- ▶ ricerche e collaborazioni con l'Università
- ▶ schede informative e poster nutrizionali
- ▶ programmi, quali l'introduzione nel curriculum della scuola primaria di discipline come "L'alimentazione degli animali domestici"

In questo ultimo anno, nonostante la pandemia di Covid-19, Candioli non ha rinunciato a questa opportunità, organizzando giornate di incontro con le scuole e presentazioni attraverso le più utilizzate piattaforme telematiche.

La collaborazione con le Università è inoltre costante, per promuovere ricerche e per poter formulare prodotti di elevata qualità.

Per fornire al consumatore finale indicazioni più dettagliate, vengono redatte schede informative, brochure con dettagliate informazioni sui prodotti e i loro ingredienti, anche dal punto di vista scientifico.

L'azienda stessa si adopera a fornire materiale divulgativo e scientifico, dedicati al mondo veterinario, attraverso un'area dedicata del sito web, webinar e varie partecipazioni a eventi di settore.



## 3. Mantenere elevati standard delle materie prime

Il Gruppo Candioli lavora quotidianamente per garantire che elevati livelli di standard delle materie prime e dei processi vengano rispettati e non siano compromessi.

L'azienda incoraggia tutti i suoi collaboratori, fornitori e partner a mettere in atto politiche di approvvigionamento responsabile e programmi di tracciabilità, per garantire standard elevati.

Tutti questi aspetti vengono anche integrati in un piano di autocontrollo (HACCP), basato sull'analisi dei rischi e sul controllo dei punti critici, in modo da assicurare un elevato livello di salubrità dei prodotti e garantire la protezione della salute degli animali.

## 4. Rispettare il benessere degli animali

Il Gruppo Candioli sottoscrive le Cinque Libertà stabilite nell'Animal Welfare Act 2006 in relazione al benessere degli animali:

- ▶ Libertà dalla fame e dalla sete - grazie al facile accesso all'acqua fresca e a una dieta adeguata a mantenere l'animale nel pieno della sua salute e vigore.
- ▶ Libertà dal disagio - fornendo un ambiente appropriato, che includa riparo e una comoda zona di riposo.
- ▶ Libertà da dolore, lesioni o malattie - mediante prevenzione o diagnosi e trattamento.
- ▶ Libertà di esprimere un comportamento normale - fornendo spazio sufficiente, strutture adeguate e compagnia della stessa specie.
- ▶ Libertà dalla paura e dall'angoscia - garantendo condizioni e trattamenti, che evitino sofferenza mentale.

### **3.4 Processo di creazione del valore**

Il processo di creazione del valore è perseguito dal gruppo Candioli puntando sulla qualità e l'innovazione costante dei prodotti, l'attenzione ai mercati ed ai clienti. L'obiettivo è quello di anticipare i bisogni e di proporre soluzioni nuove ed uniche per un mercato sempre più attento ed esigente. Candioli si concentra sul creare valore sostenibile nel tempo in termini di capitale umano, società e ambiente, ascoltando e dando risposte alle esigenze concrete dei clienti e degli stakeholder.

### **3.5 Strategie di sviluppo**

Definire la giusta strategia aziendale è fondamentale per ogni azienda. Il Gruppo Candioli ha definito la sua nei seguenti punti chiave, su cui si concentra con focus ed energia quotidianamente:

- ▶ Sviluppare prodotti innovativi che migliorino la qualità della vita degli animali da compagnia, fornendo nuovi ed efficaci strumenti ai veterinari
- ▶ Esportare a livello europeo la leadership di mercato che Candioli detiene in Italia, promuovendo il made in Italy nel mondo dei pet
- ▶ Partecipare alla "rivoluzione green", migliorando al tempo stesso i propri prodotti e il proprio modo di produrre
- ▶ Migliorare la comunicazione interna ed esterna, a vantaggio di tutti gli stakeholder.



## 4. PERFORMANCE ECONOMICA



### 4.1 Andamento del settore

#### **“Migliori amici: cresce il numero degli animali che entrano nelle nostre case**

Cani, gatti, pesci, uccelli. Nel 2020 – complice lo smart working sempre più diffuso – 3,5 milioni di italiani ne hanno acquistato o adottato uno.

Nel 2020 il desiderio di trovarsi accanto un animale domestico, preferibilmente a quattro zampe, acquistandolo o adottandone uno, è aumentato in modo esponenziale. In Italia, sono stati 3,5 milioni le famiglie che hanno comprato un pet durante o appena dopo il lockdown primaverile. Anche sul fronte delle adozioni, nel 2020 si è registrato un incremento importante del 15 per cento, come sottolinea Enpa in una nota di gennaio, pari a 8.100 cani e 9.500 gatti che hanno trovato casa, per un totale di 17.600 animali domestici adottati.

Il Rapporto Assalco – Zoomark 2020, che ogni anno fotografa la situazione di alimentazione e cura degli animali da compagnia, stima che in Italia ci siano 60,3 milioni di cani, gatti, pesci, uccelli ecc., con un rapporto di uno a uno fra abitanti residenti e pet. E il giro d'affari di questo segmento di mercato si attesta sui 2.078 milioni di euro, con una crescita su base annua del 2,8 per cento. Secondo Fediaf, la European Pet Food Industry Federation, gli animali d'affezione nell'Ue sono più di 200 milioni.”

Articolo pubblicato sul giornale  
Il Sole 24 Ore il 05/03/2021



### “Come il Covid impatta sulla farmaceutica

Più animali nelle case, fatturato in aumento. La sfida della pandemia alla farmaceutica è la variazione dei canali distributivi.

La pandemia non ha penalizzato il comparto. “Tutt’altro. Soprattutto nel settore veterinario, dove principalmente opera il mio gruppo, i risultati del 2020 sono stati assolutamente inattesi”. Così Luca Cravero, general manager di Candioli, l’azienda farmaceutica di famiglia da quattro generazioni, intervistato sull’andamento del settore da Repubblica. Cravero aggiunge: “Siamo cresciuti del 22%, una cifra davvero impensabile un anno fa alla vigilia del primo lockdown. Invece abbiamo raggiunto i 22 milioni di fatturato, di cui il 25% all’estero. In Candioli abbiamo 70 addetti e una forza vendita di 120 persone”.

Effetto lockdown - Nelle case sono entrati più animali (“sono stati presi d’assalto canili e gattili”), ma anche più farmaci veterinari. “Le persone hanno seguito di più la salute degli amici a quattro zampe - spiega Cravero - E poi, complice lo smart working, sono stati di più a casa, cosicché hanno anche stressato gli animali. Non ha idea delle cistiti nervose dei gatti abituati a restare molto da soli”

La farmaceutica veterinaria - “L’emergenza sanitaria lascia molte incertezze, specie in campo industriale. Non è serio fare previsioni. Di certo, però, la variazione dei canali distributivi, con l’e-commerce, sta cambiando molto il nostro settore. Non tanto dal punto di vista produttivo, ma sulle modalità di stock delle farmacie e parafarmacie. Gli ordini on line e la velocità di consegna marcheranno la differenza. C’è chi si sta organizzando con le stesse modalità di Glovo o Deliveroo”.

Luca Cravero Candioli

Articolo pubblicato sul giornale La Repubblica il 24 Febbraio 2021



### 4.2 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto

Uno degli obiettivi primari di Candioli è rispondere ai cambiamenti del mercato e ai bisogni del cliente con l’eccellenza nello sviluppo e nella produzione dei propri prodotti.

Il 2020 è stato per Candioli un anno di crescita e i risultati raggiunti hanno dato evidenza di un’azienda capace di interpretare e affrontare le dinamiche economiche e finanziarie dei contesti in cui si trova a operare.

Nei suoi quasi 140 anni di storia, Candioli ha definito nuovi campi di specializzazione, affiancando a prodotti leader indiscussi di mercato, come MOM (antiparassitario per uso umano), prodotti altamente innovativi anche nel settore Veterinario, in cui è presente con tre linee di prodotti: piccoli animali, ornitologia e cavalli atleti.

Nel 2020 il valore della produzione si consolida ad oltre 22 milioni di euro, superando del 25% il dato dell’anno precedente. La crescita è riconducibile alla buona performance sia nel perimetro nazionale, sia in quello internazionale.

#### Fatturato 2020

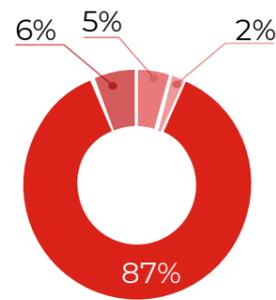


Il fatturato Italia rappresenta il 76% del fatturato totale, con una crescita del 14% rispetto all’anno 2019. Si afferma la linea veterinaria con i suoi best seller: i mangimi complementari per i piccoli animali da compagnia.

La linea umana invece ha visto una perdita di fatturato del 28%, dovuta a una fortissima contrazione del mercato dei prodotti antiparassitari, causata dall’emergenza Covid-19, che ha portato alla chiusura delle scuole. L’azienda ha saputo però fronteggiare la pandemia ed è riuscita a mantenere la sua posizione sul mercato, sviluppando una nuova linea di igienizzanti antibatterici e sostenendo importanti investimenti nell’area produttiva e nella logistica.

Candioli garantisce un servizio completo, unitamente a professionalità e riservatezza, finalizzato all’ideazione, alla produzione e messa in commercio di prodotti veterinari e umani, anche per conto terzi.

## Fatturato per Linea



■ HS - Horse Selection ■ OR - Ornitologia ■ PA - Piccoli Animali ■ UM - Linea Umana

## CANDIOLI NEL MONDO

I prodotti Candioli sono disponibili in più di 54 paesi.

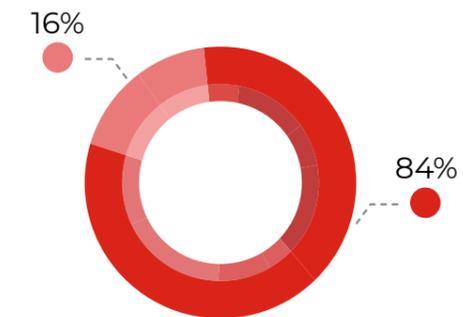
Nel 2020 il fatturato estero è cresciuto del 60% rispetto al 2019 e Candioli ha fatto ingresso in nuovi mercati, come Finlandia, Paesi Bassi e Qatar. L'azienda è presente nei mercati esteri mediante una rete di distributori, seguiti direttamente dalla divisione export. È inoltre partner di alcune realtà estere, con le quali sostiene accordi di distribuzione. Nel 2020 ha anche firmato nuovi contratti con distributori, situati in Cina, Qatar, Spagna, Portogallo e Kosovo.



Il prospetto di ripartizione del valore economico generato è stato realizzato attraverso una riclassificazione delle voci del Conto Economico Consolidato e rappresenta la ricchezza prodotta e ridistribuita dal Gruppo. In particolare, il prospetto presenta l'andamento economico della gestione e la ricchezza distribuita ai soggetti, considerati portatori di interesse, quindi la capacità del Gruppo di creare valore per i propri stakeholder.

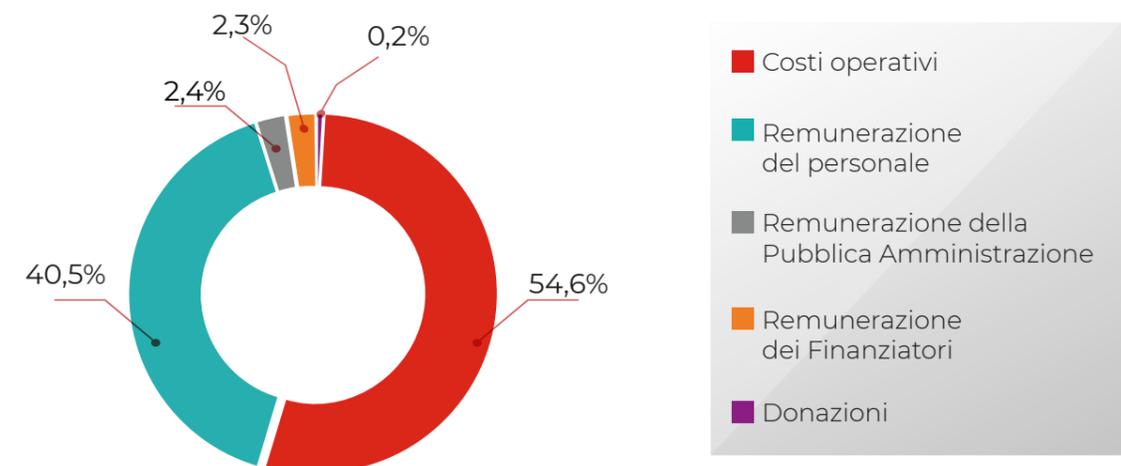
Nel 2020 il valore economico prodotto è stato di oltre 22 milioni di euro (+25% rispetto al 2019). Il valore destinato agli stakeholder è pari a circa 18 milioni di euro. Il 55% circa del valore economico prodotto è destinato a coprire i costi operativi, tra cui il costo delle materie prime, sussidiarie e delle merci, i costi per i materiali e i servizi esterni, i costi per gli affitti e le royalty sull'utilizzo dei marchi. A conferma che la maggior parte della ricchezza prodotta dal Gruppo ricade su coloro che contribuiscono alla sua crescita e sviluppo, il 41% è distribuito ai collaboratori, dipendenti e forza vendita; il 2% è destinato ai finanziatori, sotto forma di oneri finanziari, mentre il 2% va alla Pubblica Amministrazione sotto forma di imposte e tasse. Le donazioni effettuate direttamente dal Gruppo sono pari a circa 30.000 euro.

## Valore economico generato



■ Totale valore economico distribuito dal Gruppo ■ Totale valore economico trattenuto dal Gruppo

## Valore economico distribuito



## 5. CREAZIONE DEL VALORE SOSTENIBILE



### 5.1 Circular Economy

L'economia circolare propone di gestire le risorse in modo più efficiente, aumentando la produttività dei processi di produzione, riducendo gli sprechi e mantenendo il più possibile nel tempo il valore dei prodotti e dei materiali. Allo stesso tempo, la *circular economy* insiste sulla necessità che tutto ciò che ancora possiede una residua utilità non sia smaltito in discarica, ma sia invece recuperato e reintrodotta nel sistema economico.

Questi aspetti costituiscono l'essenza dell'economia circolare, che mira attraverso l'innovazione tecnologica e una migliore gestione a rendere le attività economiche più efficienti e meno impattanti per l'ambiente.

Nel settore mangimistico le proteine idrolizzate sono diventate una importante componente, ed è possibile ritrovare questa dicitura in etichetta, stante ad indicare ad esempio il fegato idrolizzato. L'idrolisi delle proteine, un processo che avviene naturalmente nello stomaco, scinde le proteine in componenti più piccoli, come i peptidi o gli amminoacidi, per permetterne il riassorbimento fisiologico. L'impiego di idrolizzati proteici nelle crocchette o in altri prodotti, destinati ai *pets*, determina dei vantaggi. Infatti, gli idrolizzati proteici sono molto più facili da digerire rispetto alle proteine intere, inoltre, teoricamente sono ipoallergenici e aiutano la lavorazione e l'estrusione delle crocchette. L'idrolisi è praticamente una predigestione delle proteine, che arrivano nello stomaco già in parte scomposte, togliendo quindi parte del lavoro digestivo all'animale, e modificando sostanzialmente la loro struttura, rendendole adatte anche ad animali con allergie.

Nel corso del 2020 il Gruppo Candioli ha intrapreso e finanziato un innovativo progetto, teso a sviluppare un prodotto composto da idrolizzato di sottoprodotti di origine animale, ottenuto con un processo enzimatico, in grado di scindere le proteine, in molecole più piccole e digeribili.



### **CO-PRODOTTO**

Il Gruppo Candioli ha maturato nel corso di questi anni la volontà di passare dall'idea di sottoprodotto a co-prodotto.

Sebbene non vi sia alcun chiarimento legale della differenza tra questi due termini, l'azienda in linea con FEFAC (Federazione europea tra i Produttori di Mangimi) ha sempre sostenuto il passaggio da una idea di sottoprodotto a una di co-prodotto. Un sottoprodotto è in genere un residuo inevitabile, che deve essere smaltito. Un co-prodotto è riconosciuto per il suo valore come risorsa nutritiva e viene trattato con la stessa cura e attenzione del prodotto principale. L'utilizzo di un co-prodotto va oltre la semplice conformità legale ai requisiti di sicurezza e spesso provoca un adeguamento delle principali tecniche di lavorazione, per garantire un co-prodotto di qualità migliore. Candioli riconosce che esiste un valore socio-economico aggiunto nel preservare l'integrità nutrizionale della risorsa e si basa su una filiera del valore integrata, progettata per sostenerla. Molti degli ingredienti utilizzati per la produzione dei mangimi complementari più venduti sono proprio co-ingredienti.



## 5.2 Digitalizzazione e 4.0

L'industria 4.0 è efficiente, digitale, sostenibile, connessa e intelligente. 4.0 è il termine attualmente in voga per definire la quarta rivoluzione, completamente digitale. Dopo il motore a vapore e la catena di montaggio, è stato il computer a dare vita alla terza rivoluzione industriale. Oggi a trasformare ancora una volta il processo industriale è la digitalizzazione. Grazie a questa crescita dell'automazione, della sensoristica e dello scambio e della raccolta di dati in tempo reale, le aziende stanno producendo e consegnando i loro prodotti in maniera più intelligente, veloce ed efficiente, aprendo così un nuovo mondo di possibilità. Come gruppo abbiamo iniziato ad aggiornare il nostro ambiente produttivo con macchinari interconnessi, già due anni fa. Nel corso del 2020 abbiamo dato avvio ad un progetto che rivoluzionerà tutti i nostri flussi produttivi e informatici mediante l'implementazione di un nuovo ERP interconnesso con WMS e MES. La sfida è ambiziosa e la realizzazione del progetto è prevista nel corso del 2021, in modo che i nuovi sistemi informatici siano operativi a inizio 2022. Per il completamento della trasformazione digitale stiamo inoltre valutando:

- ▶ introduzione di una Piattaforma di comunicazione digitale condivisa, per l'erogazione di webinar di formazione e marketing;
- ▶ nuova piattaforma digitale e nuovi processi e strumenti, atti a migliorare l'operatività in smart-working;
- ▶ forte digitalizzazione della forza vendita, con un rinnovo della dotazione tecnologica e strumenti di interfaccia con la clientela;
- ▶ il rafforzamento dell'infrastruttura, in particolare una nuova piattaforma per i servizi Risorse Umane (HR), che garantisca la massima efficienza nei processi e che sia fruibile da ciascun dipendente, agilmente ed in autonomia.
- ▶ la digitalizzazione delle linee produttive attraverso un'interfaccia 4.0 che consente il controllo della produzione e degli allarmi di manutenzione anche da remoto.

## Gestione dei dati e cyber security:

L'evoluzione verso un'infrastruttura ed una piattaforma dati all'avanguardia per le applicazioni regolamentari e di business ha arricchito la data governance e sviluppato nuovi processi per la qualità dei dati.

Il gruppo Candioli ha intrapreso nel 2020 un percorso per digitalizzare tutte le principali reportistiche finanziarie e gestionali, focalizzandosi sulle pratiche di cyber security delle aree ad elevato impatto, sulla realizzazione degli aggiornamenti tecnologici, regolamentari e organizzativi per rispettare la nuova normativa europea riguardante la protezione dei dati (GDPR).

## 5.3 Rapporti con il territorio (donazioni beneficenza)

Il Gruppo Candioli sostiene, attraverso donazioni, le realtà appartenenti al Terzo settore presenti sul territorio. Nell'anno 2020 sono state molteplici le offerte di propri prodotti o denaro destinate a realtà locali.

Il Gruppo Candioli sostiene:

- ▶ Specchio dei tempi
- ▶ Ospedale Regina Margherita – Reparto di Nefrologia
- ▶ Istituto Cottolengo
- ▶ Ospedale Mauriziano
- ▶ Liceo Valsalice
- ▶ Centro Velico Caprera





#### 5.4 Condivisione dei risultati con i dipendenti

Nell'anno 2020 Candioli è stata al fianco dei suoi dipendenti e delle loro famiglie in un momento di forte disorientamento, non solo lavorativo.

L'azienda ha riconosciuto un premio individuale di 450 euro, sulla base degli effettivi giorni di presenza in azienda nel periodo tra il 16 marzo e il 30 aprile 2020, ai lavoratori impiegati presso lo stabilimento di Beinasco, che hanno garantito la loro presenza nel difficile momento, dovuto alla prima ondata dell'emergenza sanitaria da Covid-19.

Il 2020 è stato un anno particolarmente impegnativo, e nonostante l'emergenza dovuta alla pandemia, si sono ottenuti ottimi risultati, in termini di vendite, e migliori del 2019, in termini di redditività aziendale.

In un anno così particolare, impegno, passione e disponibilità non sono mai mancati. Il Gruppo Candioli si è velocemente adattato ai nuovi modi di lavorare, alle nuove procedure per prevenire il contagio, alle maggiori richieste di mercato, che ha spinto la Società per la prima volta nella storia aziendale oltre i 20 milioni di fatturato.

Visti gli ottimi risultati conseguiti, l'azienda ha riconosciuto a tutti i dipendenti (operai, impiegati, quadri e dirigenti) un importo di 1.000 euro, che è stato corrisposto sotto forma di beni, servizi e prestazioni in *welfare*, in aggiunta al premio menzionato precedente, ed al premio di partecipazione che da parecchi anni è stato istituito.

È stata stipulata, inoltre, una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Gruppo Candioli, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, «a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza in corso». Tale polizza copre ciascun dipendente da inizio pandemia, fino al termine del 2021.

#### 5.5 Comunicazione interna e Condivisione degli obiettivi con i dipendenti

Il Gruppo Candioli crede sia fondamentale la comunicazione interna e per questo si adopera al fine di rendere sempre più fluido e immediato il flusso di informazioni.

Attraverso comunicazioni periodiche indirizzate a tutto il Gruppo, la Proprietà informa, costantemente, il personale sugli obiettivi aziendali, sulle attività in atto e sulle decisioni più importanti.

Le relazioni, che funzionano, sono quelle basate sulla fiducia e sulla trasparenza ed è proprio questo il tipo di rapporto che il Gruppo Candioli ha da sempre impostato e vuole mantenere con i suoi dipendenti.

Con il 2020 si è dato l'avvio a una fase di potenziamento delle attività di *comunicazione interna*.

Tale processo ha lo scopo di creare una rete interna di flussi informativi ed è volto a diffondere informazioni, saperi e conoscenze, oltreché a rendere chiari e condivisi gli obiettivi di un'organizzazione ai suoi dipendenti.

La conoscenza della mission, dei valori, delle politiche e degli obiettivi di crescita sostenibile del Gruppo Candioli, insieme alla capacità di ascolto, è determinante per il reale coinvolgimento delle risorse umane nelle sfide di sviluppo.



## 5.6 Formazione Attiva (Vetcampus - alternanza scuola-lavoro)

**Background.** La visita dell'Informatore Scientifico del Farmaco (ISF), è da sempre per il medico veterinario motivo di incontro, aggiornamento e confronto su tematiche medico-veterinarie. Per Candioli è fondamentale che venga ad instaurarsi un rapporto tra ISF e medico veterinario, fondato innanzi tutto su aspetti scientifici, che sfociano poi in suggerimenti su come utilizzare al meglio i prodotti del proprio listino. Gli aspetti commerciali sono poi una conseguenza del rapporto su base scientifica che si crea tra le parti.

La figura dell'ISF riveste un ruolo molto importante: oltre ad essere il riferimento aziendale presso l'ambulatorio o la clinica veterinaria, è anche colui che divulga le innovazioni aziendali in ambito di Ricerca & Sviluppo.

Come poter, perciò, aiutare gli informatori in un anno come il 2020, in piena pandemia di Covid-19?

Partendo dal presupposto che, l'incontro tra ISF e medico avviene di norma di persona presso la struttura del veterinario, bisognava trovare un sistema per mantenere viva l'attenzione del target, anche senza la possibilità di effettuare visite in presenza. Il sistema doveva inoltre essere di facile utilizzo, sia per il medico, che in prima persona doveva adoperarlo, sia per l'ISF, che attraverso call online aveva il compito di guidare il veterinario.



**La soluzione.** La creazione di un programma dedicato alla formazione costante e gratuita dei veterinari ha visto il concentrarsi degli investimenti nello sviluppo della piattaforma Vetcampus. Il progetto è nato a seguito del leitmotiv «DISTANTI, MA UNITI» con l'obiettivo di riunire la classe veterinaria, che mostrava l'esigenza di unirsi ai propri colleghi, per scambiarsi pareri, opinioni e stare insieme, anche da dietro lo schermo di un pc o di un cellulare. Candioli Pharma intende accompagnare nella pratica quotidiana il veterinario, fornendogli, grazie a Vetcampus.it, una fonte di aggiornamento aggiornata e ineccepibile. Inoltre, l'arricchimento continuo dei contenuti all'interno del sito web, permette all'utente sia di fruire di materiale aggiornato, sia di interagire con gli altri utenti della piattaforma, creando così una vera e propria community scientifica.

**Cosa si trova all'interno.** Il sito [www.vetcampus.it](http://www.vetcampus.it) è suddiviso in due parti, caratterizzate da due anime diverse:

- ▶ Vetcampus
- ▶ Vetcommunity

# vetcampus

**Vetcampus** racchiude al suo interno la possibilità di creare un account completamente gratuito, attraverso la propria mail, che dà diritto all'accesso a vari contenuti:

- 1. WEBINAR.** Possibilità di consultare il calendario di webinar online e di iscriversi a tutti quelli di proprio interesse. Ogni webinar tratta una tematica afferente alla medicina veterinaria, che va a toccare argomenti di medicina clinica, attraverso veri e propri casi pratici, o tematiche di nefro-urologia, epatologia, gastroenterologia e così via, o ancora, nozioni di buone pratiche di gestione manageriale.
- 2. CASE HISTORY.** Possibilità di scorrere e consultare liberamente tutti i case history pubblicati dai colleghi veterinari. In questi casi studio, vengono affrontati particolarità o best practice, che il veterinario ha incontrato durante la sua pratica quotidiana. È possibile anche lasciare dei commenti. I case vengono pubblicati come dei veri e propri articoli all'interno di un blog. In questo modo, si crea uno scambio di pareri e opinioni, come in un forum.



# vetcommunity

**Vetcommunity**, è l'altra faccia del sito [www.vetcampus.it](http://www.vetcampus.it). Vi si accede solo dopo aver richiesto l'adesione. In questa parte della piattaforma, si entra nel cuore pulsante dell'anima più formativa e commerciale di Candioli Pharma: da qui si può accedere ai seguenti contenuti:

**1. PERCORSI FORMATIVI.** I veterinari possono rivedere in differita tutti i webinar proposti durante i vari eventi formativi organizzati da Candioli: all'interno di questa sezione, troveranno tutte le registrazioni dei webinar che sono stati tenuti da luglio 2020 ad oggi.

**2. INFORMATORI SCIENTIFICI.** Attraverso la geolocalizzazione sulla mappa, tutti gli ISF Candioli Pharma sono facilmente reperibili, cliccando sulle province o sulle regioni d'Italia. Il sito restituisce i dati per poter contattare l'ISF, in modo che l'ambulatorio o la clinica veterinaria possa farlo, in tutta semplicità.

**3. PRODOTTI.** Sono contenuti tutti i prodotti del listino della linea piccoli animali, di cui si possono consultare informazioni, come:

- ▶ Prezzo al pubblico
- ▶ Formati
- ▶ Modo d'uso

e anche materiali extra, come i video di prodotto, le brochure informative e la bibliografia scientifica.

**4. SCONTI E ATTIVITÀ PROMOZIONALI.** Periodicamente, vengono postati in questa sezione convenienti promozioni, che durano un lasso di tempo specifico e che possono essere tradotte in sconti, coupon o invio di gadget pubblicitari, o altre proposte, a fronte dell'acquisto di specifici prodotti.



**Un po' di dati.** La piattaforma Vetcampus è un progetto che ha finora regalato grandi soddisfazioni. Di seguito, vengono elencati alcuni dati salienti di questa operazione di digitalizzazione.

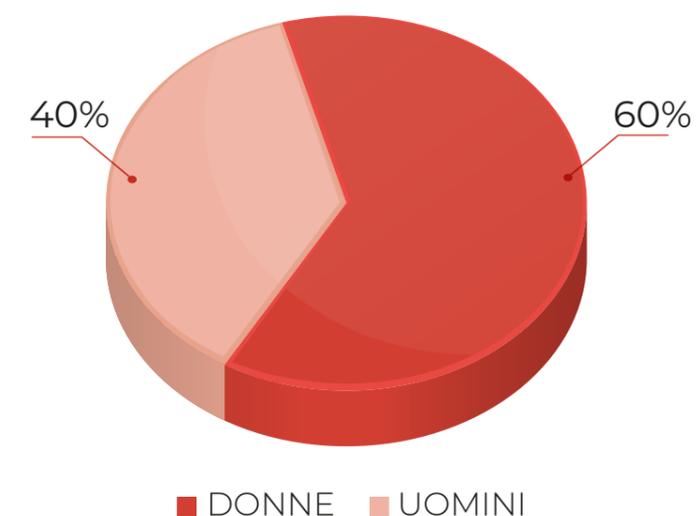
- ▶ Il 45% dei veterinari italiani è un utente Vetcampus, di questi il 60% sono di genere femminile, il 40% di genere maschile.
- ▶ Si iscrive in media ai webinar in diretta il 15% del panel di iscritti e il 10% frequenta almeno l'80% del webinar, che dà luogo poi all'invio automatico del certificato di partecipazione.

Attraverso questionari di gradimento, posti alla fine di ogni diretta, si è rilevato che:

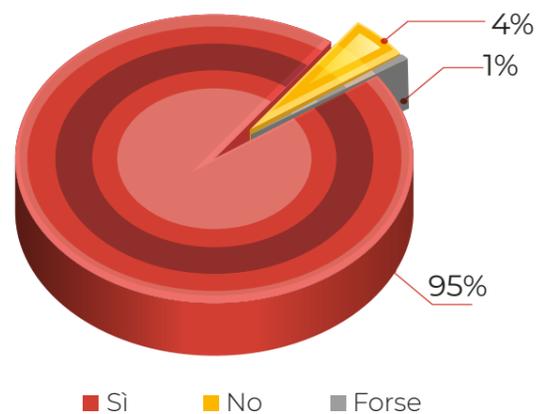
- ▶ Il 95% parteciperebbe ad un altro webinar Candioli Pharma.
- ▶ Il 53% valuta con un punteggio di 10 punti la semplicità con cui registrarsi ai webinar, il 17% con un punteggio di 9 punti e il 12% con un punteggio di 8 punti.
- ▶ Il 49% valuta con un punteggio di 10 punti la funzionalità della piattaforma rispetto agli obiettivi del webinar, il 22% con un punteggio di 9 punti e il 14% con un punteggio di 8 punti.
- ▶ Il 56% valuta con un punteggio di 10 punti l'interesse del webinar, il 16% con un punteggio di 9 punti e il 18% con un punteggio di 8 punti.
- ▶ Il 50% valuta con un punteggio di 10 punti lo stile di conduzione da parte del relatore del webinar, il 28% con un punteggio di 9 punti e il 14% con un punteggio di 8 punti.
- ▶ Il 96% valuta con "Buono" il giudizio complessivo del webinar, il 4% con "Discreto" e lo 0% con "Scadente".

Nell'arco del 2020, sono stati condotti 17 webinar, appoggiandosi ad un *pool* di circa 20 relatori, tra key opinion leaders rilevanti a livello nazionale e medici veterinari specializzati in settori specifici.

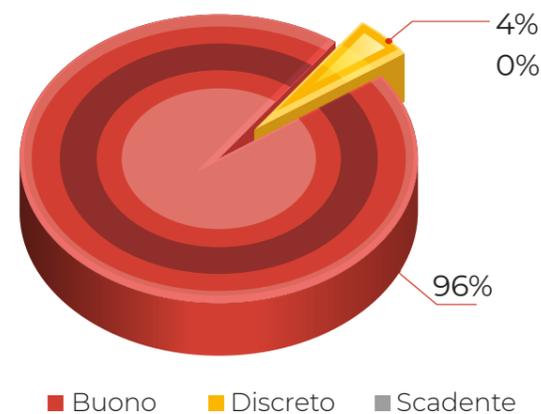
## Genere per Iscritti a Vetcampus



**Domanda:**  
Parteciperebbe  
ad un altro webinar Candioli?



**Domanda:**  
Complessivamente  
come valuta questo webinar?



## FORMAZIONE PROFESSIONALE

L'attenzione posta dall'azienda sulla gestione delle risorse umane si è manifestata anche sui temi della formazione professionale, orientando alcune scelte in tema di potenziamento di iniziative formative.

Per favorire la formazione di personale altamente qualificato, rilanciare l'occupazione giovanile, varare e sostenere progetti incentrati tutti sul potenziamento dei percorsi formativi scolastici, rendendo questi ultimi più rispondenti alle esigenze delle industrie presenti sul proprio territorio, l'azienda ha promosso l'attivazione di un forte rapporto Scuola-Industria.

**Candioli si sta concentrando sulla generazione del Millennial** (1980-2000), che rappresentano per il Gruppo i leader del futuro. La loro formazione è un punto cruciale per costruire il domani dell'azienda. Candioli ha in animo di agevolare il processo di formazione dei giovani per consentire loro di sapere, saper fare, saper essere.

Da qui parte un **impegno attivo con le Università** attraverso relazioni consolidate e confronto reciproco a livello nazionale, con l'obiettivo di contribuire alla formazione dei ragazzi anche prima del conseguimento del loro titolo di studio.

Tra le molteplici attività di formazione, sono compresi anche stage, tirocini di formazione e orientamento e nello specifico:

- ▶ Tirocinio curriculare universitario
- ▶ Tirocinio extracurriculare universitario
- ▶ Tirocinio master
- ▶ Alternanza scuola-lavoro
- ▶ Progetti per tesi di laurea

Tra le collaborazioni più significative, si possono annoverare le seguenti partnership:

### ▶ **Università degli studi di Torino**

- Corso di Laurea Magistrale in Chimica e Tecnologie Farmaceutiche
- Corso di Laurea Magistrale in Biotecnologie Industriali
- Corso di Laurea in Scienze degli Alimenti e della Nutrizione Umana
- Scuola di Agraria e Medicina Veterinaria
- Corso di Laurea magistrale in Biologia cellulare e molecolare
- Master Tecnologie farmaceutiche e attività regolatorie
- Master Biotecnologie

### ▶ **ITIS Pininfarina**

- Perito Biotecnologico

### ▶ **ISS Santorre di Santarosa**

- Perito Chimico

### ▶ **Istituto di Istruzione Superiore "Ignazio Porro"**

- Perito industriale Sezione Tecnica Industriale (Chimica e Materiali)

### ▶ **Istituto di Istruzione Superiore "Gobetti Marchesini-Casale"**

- Perito Chimico

### ▶ **Fondazione ITS Biotecnologie Piemonte**

- Tecnico Biotecnologico e Chimico farmaceutico



Candioli dedica risorse per la formazione culturale e professionale dei propri dipendenti anche in riferimento alle problematiche e alle metodologie relative alle funzioni, ai processi e alle strategie aziendali. Le ore di formazione pro-capite sono considerevolmente aumentate negli anni. La formazione costituisce un importante valore aggiunto per l'azienda ed è essenziale per anticipare e affrontare con successo la complessità e i cambiamenti del mercato.

Attraverso percorsi di formazione personalizzati e training interni riservati ai dipendenti, il Gruppo Candioli sviluppa le competenze professionali e valorizza le proprie risorse umane.

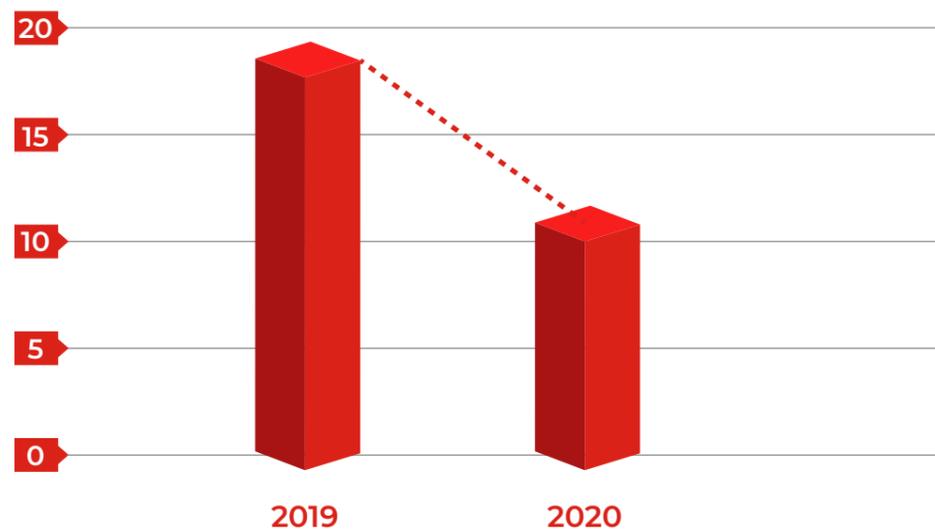
Candioli crede fermamente che solo garantendo il diritto all'istruzione e con una sinergia attiva con le istituzioni si possano trasformare in storie di successo professionale le vite dei giovani studenti talentuosi, che con energia, impegno e dedizione permettono alle aziende di innovare e sperimentare.

La riforma degli studi universitari pone in primo piano il problema del rapporto fra Università e territorio, a tutti i livelli. Il collegamento fra Università e mondo del lavoro è inoltre un obiettivo strategico definito in una risoluzione dell'Unione Europea. Per questo motivo, sono stati costituiti i Comitati di indirizzo per tutti i Corsi di Laurea, al fine di assicurare il collegamento con il mondo del lavoro, valutare l'andamento dei Corsi, suggerire indirizzi di sviluppo, promuovere i contatti per gli stages degli studenti presso le aziende.

Il Gruppo Candioli è parte attiva come stakeholder aziendale **in ben cinque Comitati di indirizzo di UNITO:**

- ▶ CTF
- ▶ Farmacia
- ▶ Scienze Chimiche
- ▶ Biotecnologie
- ▶ Scienze dell'alimentazione e veterinaria.

Ore Tirocinio - Stage



## SOSTENERE AL-HOL, IL CAMPO PROFUGHI SIRIANO

L'istruzione è un diritto umano e in Candioli pensiamo che questa sia una delle basi per costruire un mondo migliore e paritario. Per questo motivo, sosteniamo l'Unesco, che aiuta **Al-Hol (Siria), il campo profughi dei bambini dimenticati**, e che ha l'intenzione di sviluppare un futuro migliore per il loro sviluppo accademico. Qui vivono non meno di **70.000 persone**. L'UNICEF stima che più del **90%** di loro siano **donne e bambini**. Tra i bambini, solo 20.000 sono **siriani**. Gli altri, ben 29.000, appartengono a ben 62 nazionalità diverse. Il gruppo più numeroso, circa 9.000, è rappresentato da rifugiati dell'**Iraq**.

La maggior parte di loro ha meno di 12 anni. Il diritto all'istruzione è sancito dall'articolo 26 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo. La Dichiarazione chiede un'istruzione elementare gratuita e obbligatoria, poiché l'istruzione offre ai bambini una scala fuori dalla povertà e un percorso verso un futuro promettente. Purtroppo, circa 265 milioni di bambini e adolescenti in tutto il mondo non hanno l'opportunità di entrare o completare la scuola; 617 milioni di bambini e adolescenti non possono leggere e fare matematica di base; meno del 40% delle ragazze dell'Africa subsahariana completa la scuola secondaria inferiore e circa quattro milioni di bambini e giovani rifugiati sono fuori dalla scuola. Per questo motivo, siamo ancora più felici e orgogliosi di sostenere l'Unesco in questa meravigliosa iniziativa.

Inviando, inoltre, allo stesso campo profughi cospicue campionate di antiparassitari per uso esterno.

«Ci sono voluti 9 giorni per arrivare qui da Baghouz...Non so cosa ne sarà di noi», dice il bambino al nostro volontario. Durante la visita riceverà un flacone di shampoo antipediculoso per lui e i suoi fratelli insieme a una confezione di antibiotici.





## 6. GLI STAKEHOLDER



### 6.1 I Clienti (customer satisfaction e compliances)

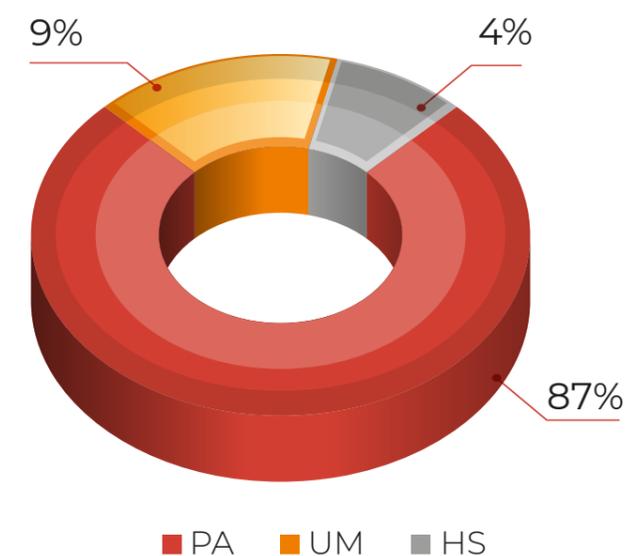
Candioli Pharma da decenni opera nel settore dell'industria farmaceutica, sviluppando relazioni di valore con molteplici interlocutori e sempre un maggior numero di clienti diretti. L'attenzione che l'azienda dedica proprio a quest'ultimo target è un pilastro della cultura aziendale e da anni è tra i valori che si coltivano quotidianamente garantendo standard di qualità e integrità elevati.

Il numero complessivo dei clienti del Gruppo si amplia anche nel 2020. All'interno del parco clienti annoveriamo oltre 8.000 clienti italiani.

I clienti italiani si dividono come segue:

- ▶ 87% afferenti all'area "Piccoli Animali (PA)"
- ▶ 9% afferenti all'area "Linea Umana (UM)"
- ▶ 4% afferenti all'area "Horse Selection (HS)"

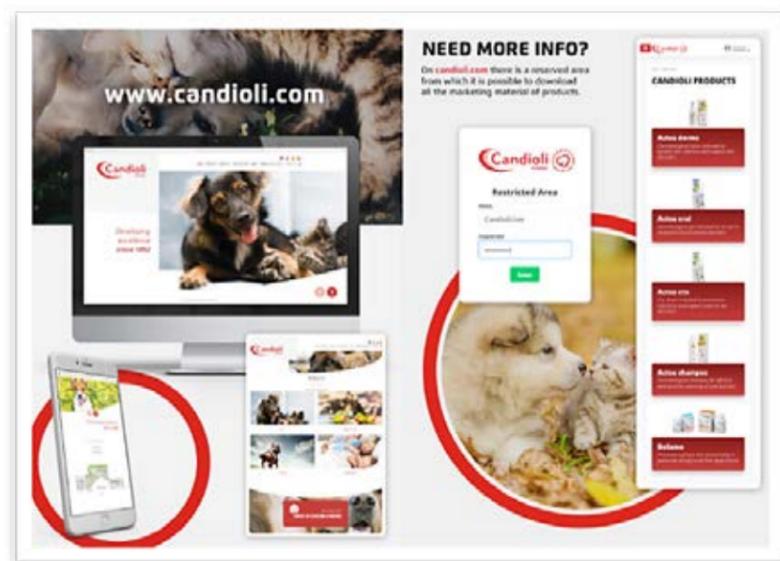
Clienti Candioli Italia 2020 per segmento



La comunicazione con tutti i clienti italiani è garantita da azioni dedicate coordinate sia centralmente, attraverso attività di *direct marketing*, sia capillarmente sul territorio con le reti di Informazione scientifica e la forza vendita.

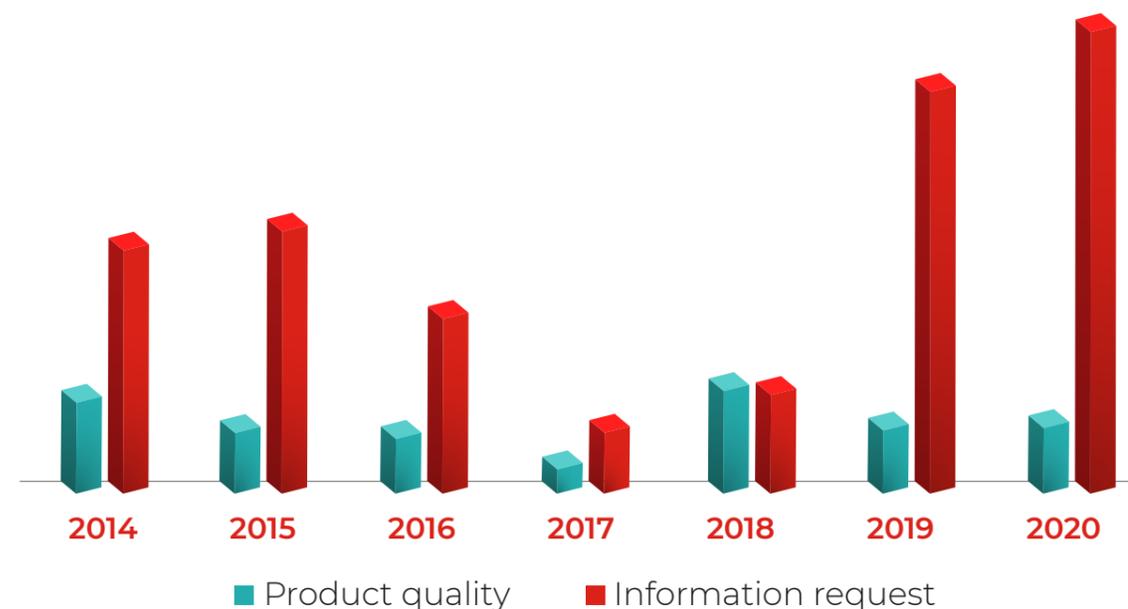
Il 2020 è stato marcato non solo dalla pandemia, ma da un profondo cambio delle relazioni e del contatto umano; in questo contesto, Candioli Pharma ha supportato questo cambiamento, offrendo la possibilità ai principali clienti, soprattutto Veterinari, di ricevere un parafiato, dispositivo di protezione da utilizzare all'interno della propria struttura per garantire la sicurezza di tutto il personale operante all'interno delle cliniche ed ambulatori. La sicurezza e la qualità del servizio offerto sono elementi fondamentali della relazione di valore instaurata negli anni.

**I clienti esteri**, presenti in oltre 54 nazioni in tutto il mondo, vengono gestiti direttamente dagli Export Manager di riferimento, a cui si affianca un team di customer service dedicato. A loro è destinata una parte del sito [candioli.com](http://candioli.com): un'area riservata esclusiva, all'interno della quale possono fruire di contenuti scientifici e di marketing sempre aggiornati e targettizzati in base all'esigenza degli utenti finali.



Negli anni si sono svolte diverse azioni di monitoraggio e controllo, volte a garantire non solo la sicurezza dei prodotti, ma anche dei servizi offerti. Le attività di ascolto dei clienti e di analisi della loro soddisfazione sono strumenti importanti di conoscenza per l'azienda. Reduce da un anno decisamente particolare, il gruppo si sta strutturando, affinché la rilevazione della soddisfazione del cliente diventi uno strumento costante da integrare nel processo di miglioramento dei servizi.

Il numero di reclami e richieste di informazioni suggerisce che dal 2018 al 2020 si ha una diminuzione delle segnalazioni, riguardanti la qualità del prodotto, mentre si registra un aumento delle richieste di informazioni, mostrando un trend positivo in risposta dal mercato, che essendo cresciuto notevolmente negli anni, ha fatto sì che le richieste di informazioni siano aumentate.



La richiesta di informazioni sempre più crescente è legata al segmento dei mangimi complementari, a conferma dell'interesse per il settore e della maggior attenzione, che si dedica agli animali da compagnia.

## 6.2 I Fornitori

Il Gruppo ha sviluppato negli anni una fitta rete di fornitori/partners, con cui collabora quotidianamente, che ha permesso di promuovere lo sviluppo di relazioni trasparenti e durevoli.

I fornitori si possono raggruppare in due macrocategorie:

- ▶ Fornitori di materie primarie
- ▶ Fornitori di servizi

I fornitori iscritti nell'anagrafica del Gruppo a fine 2020 sono incrementati del 20% rispetto all'anno precedente.

Al fine di garantire gli standard elevati di qualità, di sicurezza e innovazione, che Candioli sostiene quotidianamente, i fornitori sono chiamati a sottoscrivere il **codice etico** messo a punto dal Gruppo Candioli, e già adotta all'interno del Gruppo stesso, dai dipendenti e ai collaboratori esterni.

Candioli Pharma collabora con molteplici aziende, che sviluppano e aderiscono a progetti di sostenibilità ambientale. Diverse sono le aziende certificate PEFC, da cui si approvvigionano materiali, quali stampati e altri imballaggi primari e secondari, come ad esempio astucci di prodotto o folder di presentazione dei prodotti. La comunicazione di queste collaborazioni e la scelta di questi partner rafforzano l'impegno, che Candioli assolve verso la tematica della sostenibilità ambientale.

Come previsto dal nostro sistema GMP, anche nel 2020 si è svolta la valutazione periodica delle "Verifiche Ispettive", effettuate durante l'anno, andando ad analizzare la

quantità, il processo coinvolto e la gravità delle non conformità riscontrate, in modo da verificare che il sistema sia sotto controllo e rispetti le linee guida di riferimento. Per quanto riguarda le verifiche ispettive esterne conto terzi, le non conformità riscontrate sono state in due casi solo una e in tre casi due; anche in questo caso l'entità delle non conformità riscontrate risulta essere sempre minore.

Si mantiene sempre aperta la possibilità di includere nuovi fornitori, che vengono accuratamente selezionati, sottoposti ad audit e valutati in base alla verifica economica, organizzativa e degli standard di qualità.

### 6.3 I dipendenti e collaboratori

#### VALORE DEL CAPITALE UMANO

Il Gruppo si trova a competere in un mercato sempre più complesso, che richiede logiche e strumenti nuovi. L'occupazione, fattore di grande rilevanza sociale, è determinante per il Gruppo Candioli che vede nelle risorse umane un capitale fondamentale per la propria crescita.

Tra i più importanti fattori di competizione, infatti, è emersa la conoscenza, associata ad altri elementi di capitale intangibile, basati sulle persone. Il cambiamento richiede di fare dell'azienda un'organizzazione basata sulla conoscenza e l'apprendimento; di attrarre giovani talenti; di valorizzare la diversità, che ormai caratterizza la "gente Candioli"; di potenziare la comunicazione interna anche attraverso l'utilizzo delle tecnologie più avanzate.

Il Gruppo lavora per aggiornare e rafforzare elementi fondamentali come il codice di valori e regole alla base del lavoro delle persone, le forme di *welfare* interno per il supporto di fronte a situazioni di difficoltà, la formazione, la sicurezza sui luoghi di lavoro, il miglioramento delle condizioni di lavoro.

Si desidera che l'idea di un'azienda fatta dalle sue persone sia concreta ed effettiva, su base quotidiana.

A tal fine è stato strutturato il processo di selezione del personale, che ha portato all'introduzione di alcune figure professionali in grado di porsi alla guida del cambiamento verso gli obiettivi futuri dell'azienda. Si cercano candidati in linea con i valori e con il modello culturale del Gruppo.

È previsto l'avvio di un nuovo sistema di valutazione di performance del personale, di valorizzazione dei talenti e del capitale umano.

Il Gruppo Candioli ritiene che il mantenere rapporti a lungo termine con il proprio personale dipendente, unitamente a programmi di apprendimento permanente, sia un aspetto fondamentale della propria responsabilità sociale. Il mantenimento di adeguati livelli occupazionali, il presidio e la valorizzazione delle competenze e la qualità dell'occupazione sono centrali per il perseguimento delle strategie aziendali.

Al 31 dicembre 2020 risultano in forza nel Gruppo Candioli 71 dipendenti, +8% rispetto al 31 dicembre 2019.

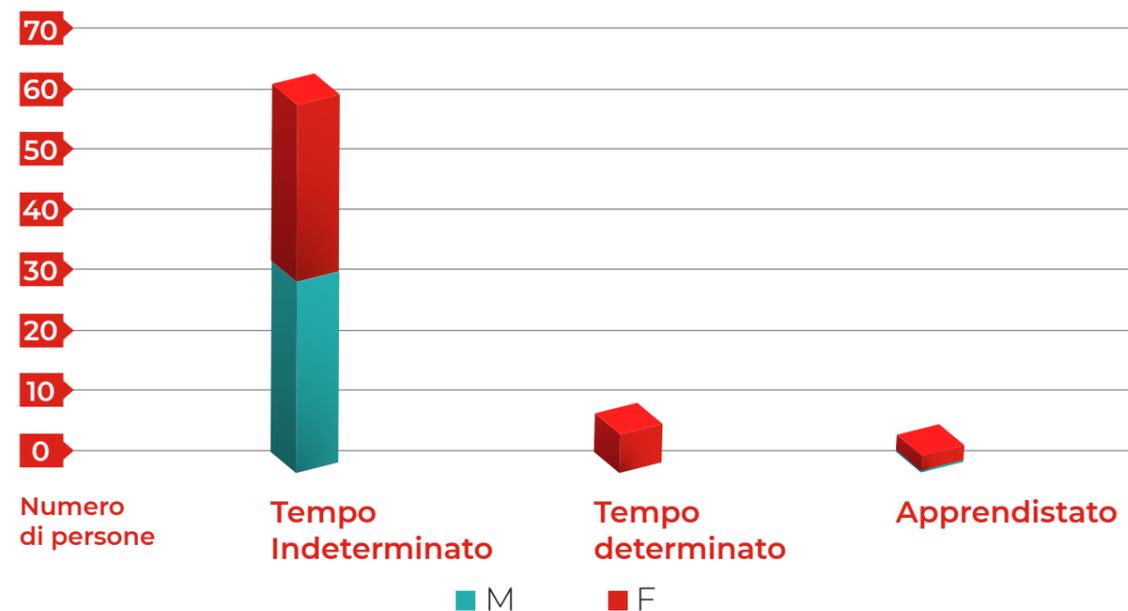
Il personale è assunto per l'85% con contratto a tempo indeterminato e il 4% in apprendistato nel caso di giovani. Il numero dei contratti a tempo indeterminato è aumentato del 7% rispetto al 2019.

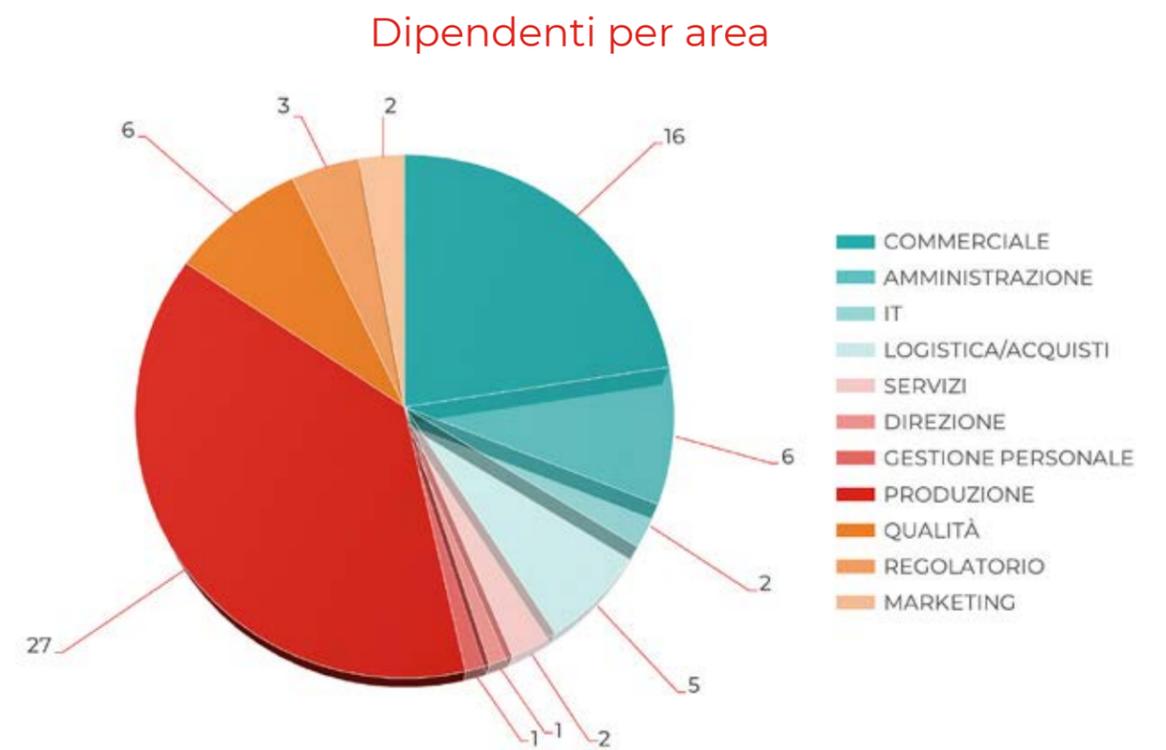
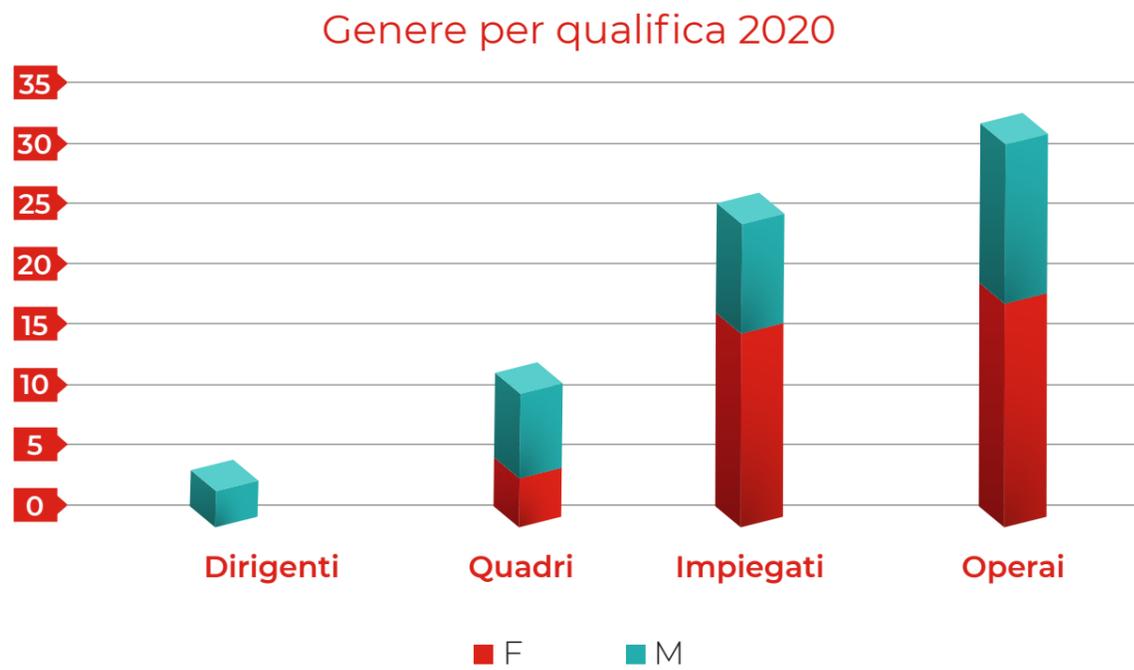
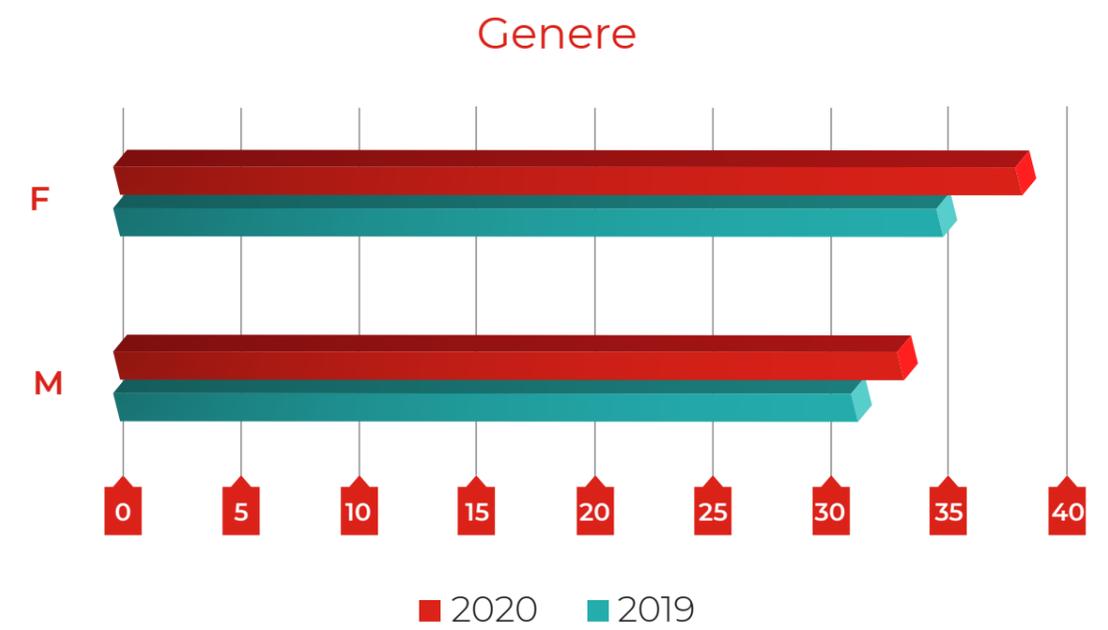
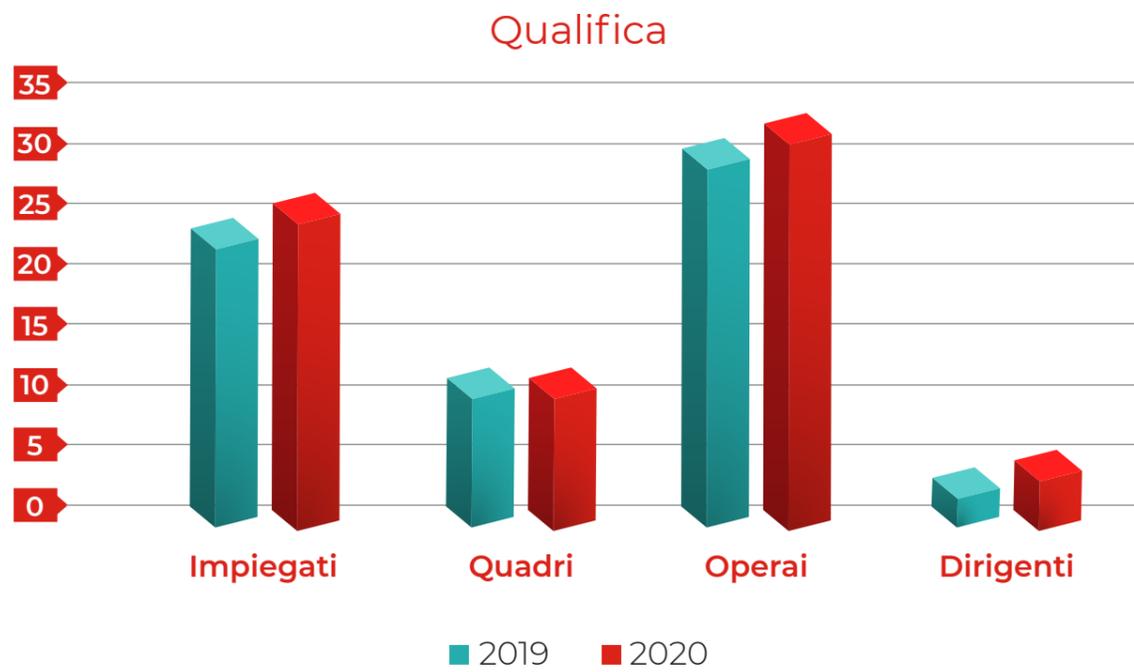
La maggioranza del personale del Gruppo Candioli è femminile, 38 donne (+9% rispetto all'anno precedente). Di seguito si riportano alcuni dati di sintesi volti a fornire una panoramica completa all'interno della composizione del personale.

#### Tipo Contratto

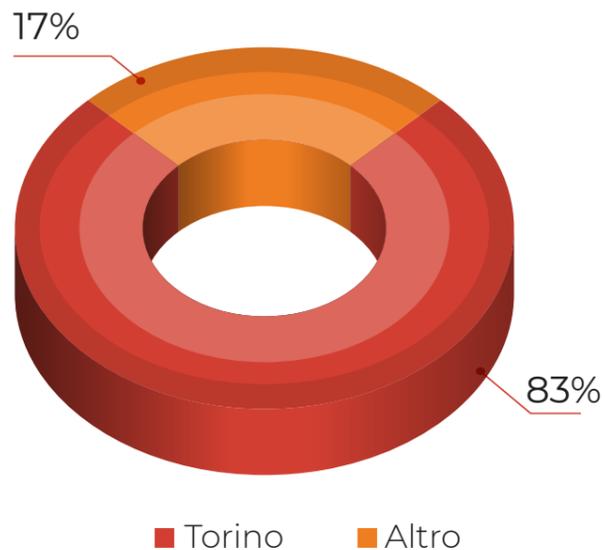


#### Genere per Contratto 2020

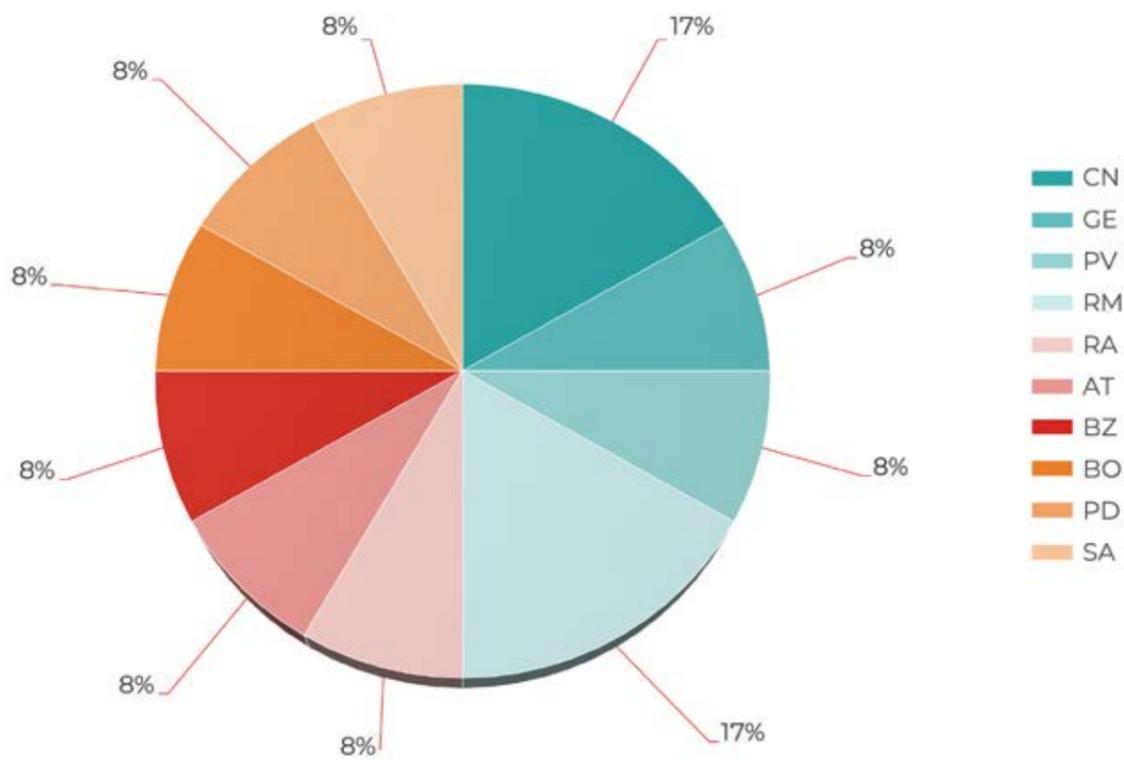




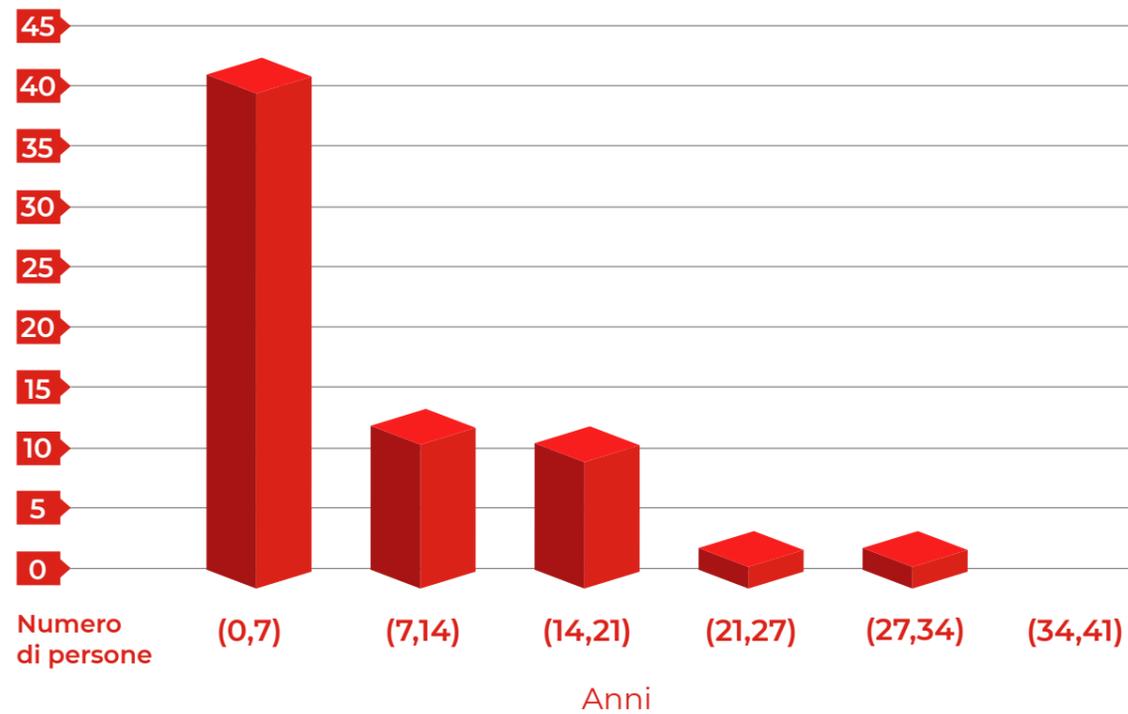
### Provincia di residenza dipendenti



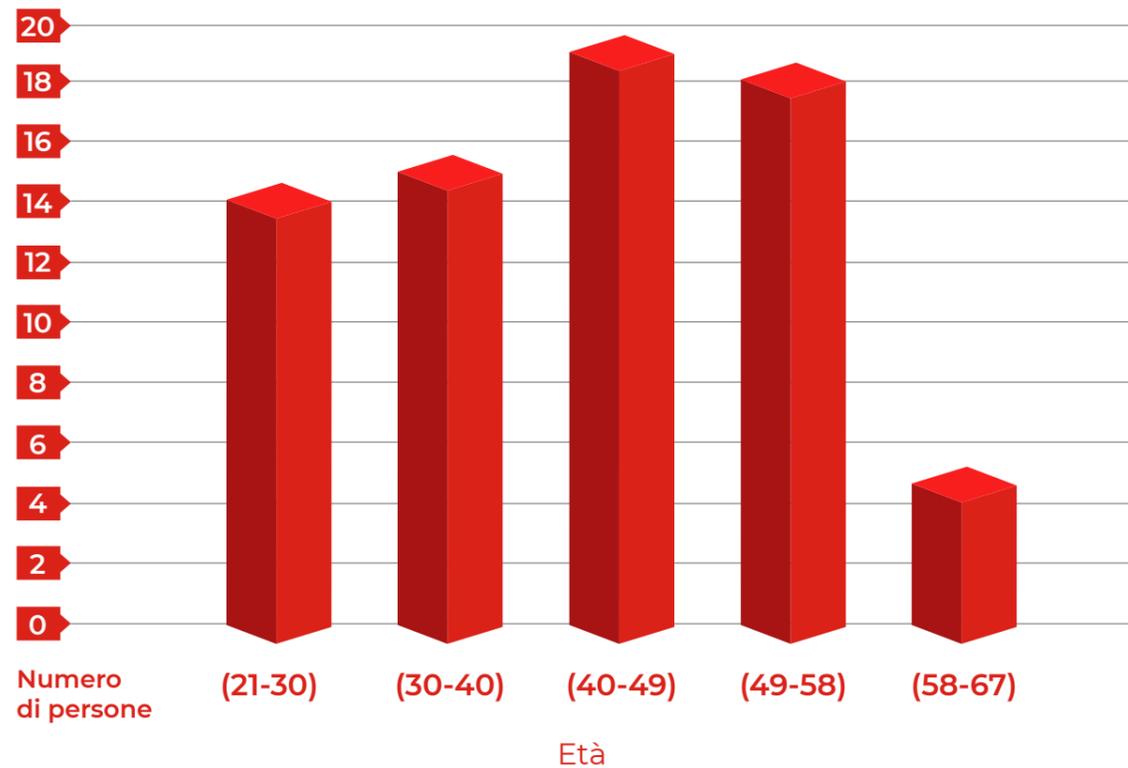
### Provincia di residenza fuori Torino



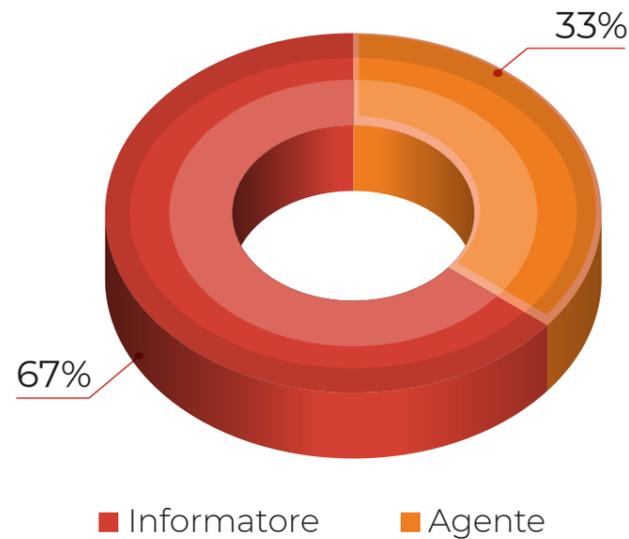
### Anni di servizio



### Ripartizione dipendenti per età

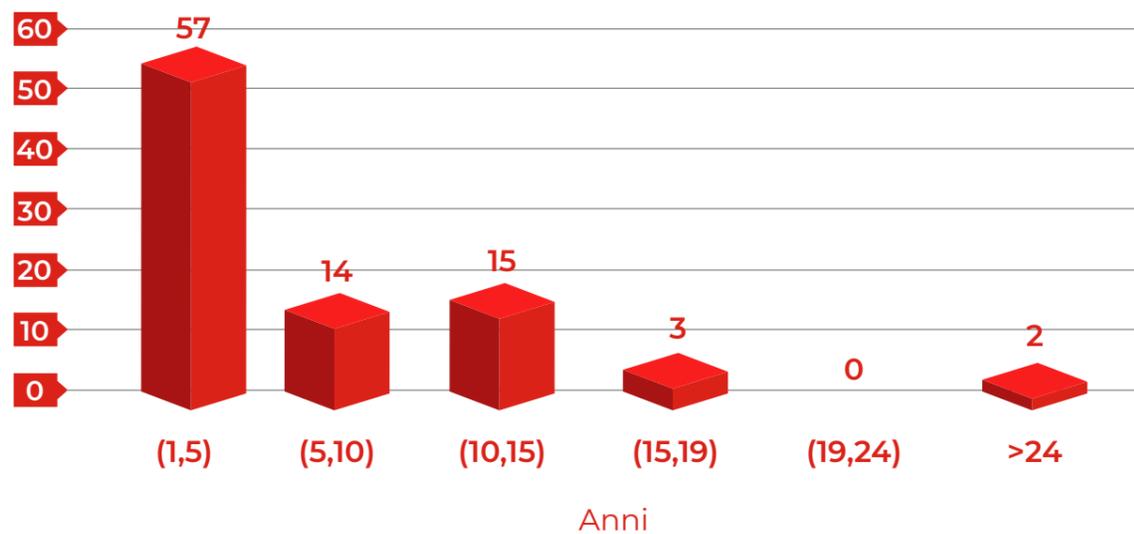


## Collaboratori



■ Informatore ■ Agente

## Anni di collaborazione



## Distribuzione geografica dei collaboratori



### Survey

L'attenzione rivolta alle persone e la volontà di individuare possibili aree di miglioramento, ha portato Candioli ad effettuare il primo questionario online con l'obiettivo di sviluppare un'analisi interna.

Nel mese di **dicembre 2020** tutti i 71 dipendenti sono stati invitati a partecipare alla prima **Survey**, attraverso cui hanno potuto esprimere la loro opinione, in formato anonimo, relativa alle seguenti aree tematiche:

- ▶ Attività e competenze
- ▶ Mansioni
- ▶ Organizzazione
- ▶ Comunicazione
- ▶ Gruppi
- ▶ Soddisfazione personale

Per ogni area è stata richiesta una valutazione tra 1 (minimo) e 6 (massimo) e un commento generale volontario.

Sono stati 63 i rispondenti da tutte le funzioni interne. Complessivamente, i risultati della survey hanno portato ad un valore totale generale di 3,9.

Nell'area **ATTIVITÀ E COMPETENZA**, alla domanda "Sento di essere personalmente realizzato nel mio lavoro" il 61% dei dipendenti ha espresso un valore uguale o superiore a 4, così come l'83% ha espresso una valutazione positiva (uguale o superiore a 4) alla domanda "Ho le competenze adeguate allo svolgimento del mio lavoro", segnale di come l'azienda acquisisca competenze e valore attraverso il capitale umano e cerchi di valorizzarlo quotidianamente.

Nell'area **MANSIONI**, i dipendenti hanno considerato positivamente le seguenti affermazioni: *"Il mio lavoro è chiaramente definito e mi permette di utilizzare tutte le mie capacità e conoscenze"*, di cui il 57% ha espresso una valutazione uguale o superiore a 4, mentre il 77% ha indicato la stessa valutazione alla seguente affermazione *"Mi sento responsabilizzato sulla qualità e sui tempi dei risultati relativi al mio lavoro"*. Tale risultato dimostra che l'*empowerment* rappresenta una buona leva per motivare i dipendenti e alimentare la loro creatività.

Nell'area **SODDISFAZIONE PERSONALE**, si riflettono i dati più significativi. Coloro che hanno risposto hanno indicato un punteggio uguale o superiore a 4 nell'81% dei casi alla domanda *"Sono orgoglioso/a di fare parte dell'azienda"*, nel 71% dei casi alla domanda *"Sono motivato a raggiungere gli obiettivi aziendali"* e infine nel 79% si è espresso positivamente alla seguente affermazione *"Nel mio lavoro dispongo di una certa autonomia"*. L'osservazione che ne deriva, è che essere autonomi non significa né essere indipendenti, né tantomeno essere irresponsabili. Per poter essere autonomi, è necessario essere informati e preparati.

Dall'analisi dei risultati, sono emerse anche delle aree di miglioramento: le tre aree sulle quali si concentrerà il focus group riguardano:

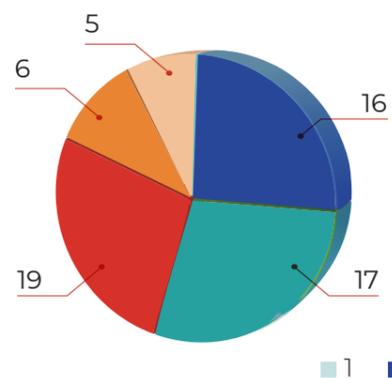
- ▶ l'organizzazione
- ▶ la comunicazione
- ▶ il lavoro di gruppo

La popolazione, che ha partecipato alla survey, ritiene che la comunicazione interna necessita di un miglioramento; emerge la richiesta di essere più informati sulla mission aziendale e sui progetti in corso. Sorge la necessità di percepire una realtà lavorativa più organizzata, o meglio organizzata in maniera più nuova. Ciò vale anche per il *team working*.

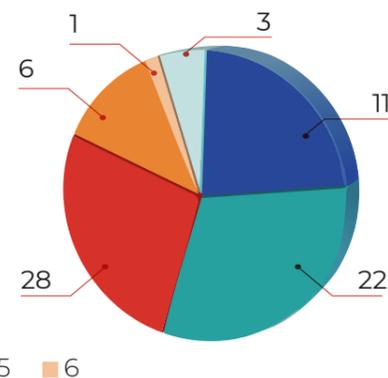
## Organizzazione

### AREA 3 - Organizzazione

Il lavoro è ben pianificato e questo mi permette di raggiungere gli obiettivi previsti  
MEDIA: 3,5



L'azienda è adeguatamente organizzata  
MEDIA: 3,3

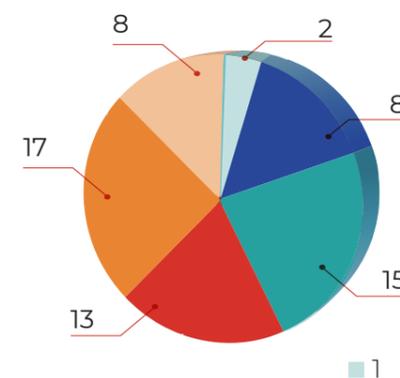


Totale persone che hanno risposto 63. Valutazione da 1 a 6.  
Il numero indicato all'interno di ogni spicchio, rappresenta il numero delle persone che hanno indicato quel valore

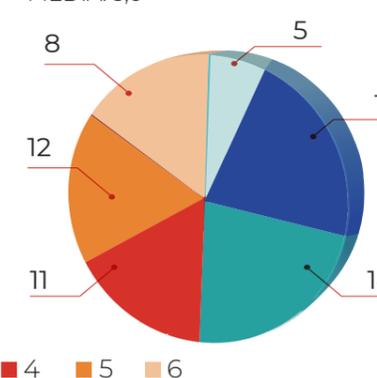
## Comunicazione

### AREA 4 - Comunicazione

Sono informato sullo sviluppo, sui progetti e sui risultati aziendali  
MEDIA: 3,9



La comunicazione è efficace; c'è un adeguato scambio di informazioni fra dipendenti e datori di lavoro  
MEDIA: 3,6

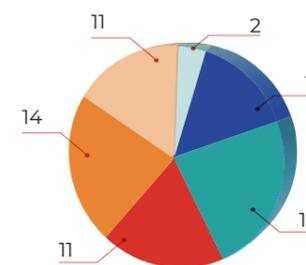


Totale persone che hanno risposto 63. Valutazione da 1 a 6.  
Il numero indicato all'interno di ogni spicchio, rappresenta il numero delle persone che hanno indicato quel valore

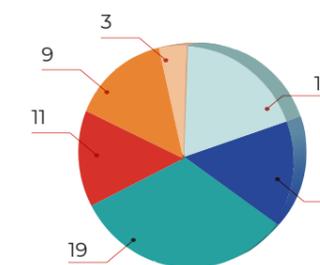
## Gruppi

### AREA 5 - Gruppi

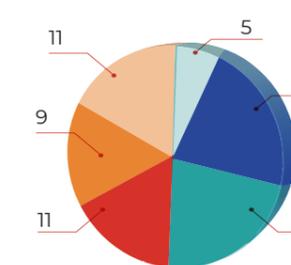
Viene incoraggiato il lavoro di gruppo  
MEDIA: 3,9



C'è un adeguato spirito di squadra tra i dipendenti della mia azienda  
MEDIA: 3,1



Sento di fare parte di una squadra che collabora per raggiungere obiettivi comuni  
MEDIA: 3,6



Totale persone che hanno risposto 63. Valutazione da 1 a 6.  
Il numero indicato all'interno di ogni spicchio, rappresenta il numero delle persone che hanno indicato quel valore

Alla fine del 2020, si sono condivisi i risultati della survey con tutto il Gruppo Candioli, a seguito dei quali saranno organizzati nel corso del 2021 focus group interni con tutti i rappresentanti delle diverse funzioni per cogliere spunti importanti sulle azioni da intraprendere per colmare i gap riscontrati.

### Proposti per anno 2021:

- ▶ Istituzione di una Academy
- ▶ Promozione di iniziative sostenibili per pulizia aree interne ed esterne
- ▶ Partnership con charity del territorio locale
- ▶ Safety day
- ▶ Maggiore formazione sulla sicurezza
- ▶ Potenziamento smart permanente



## 7. AMBIENTE E SICUREZZA



### BILANCIO SOCIALE AZIENDALE SOSTENIBILITÀ IMPATTI AMBIENTALI

L'impegno del Gruppo Candioli per l'ambiente si concretizza nelle diverse policy ambientali, che delineano gli aspetti strategici e operativi, entro i quali l'azienda realizza le proprie iniziative di salvaguardia ambientale e di sviluppo della propria impronta ecologica.

#### 7.1 Covid (protocolli e iniziative – da termoscanner a smartworking)

Il 14 marzo 2020 a seguito della comunicazione della pandemia di Covid-19 dell'OMS, il Gruppo Candioli ha redatto e sottoscritto il "PROTOCOLLO AZIENDALE DI REGOLAMENTAZIONE DELLE MISURE PER IL CONTRASTO E IL CONTENIMENTO DELLA DIFFUSIONE DEL VIRUS SARS CoV-2/COVID-19 NEGLI AMBIENTI DI LAVORO".

Il Protocollo è stato costantemente aggiornato in occasione dell'emissione di ciascun D.P.C.M. relativo alle misure di contenimento della diffusione del Virus.

I contenuti del documento sono stati condivisi con l'RSPP e il Medico competente e sono stati oggetto di preventiva consultazione con le Rappresentanze sindacali aziendali e il/i Rappresentante/i dei lavoratori per la sicurezza.

Il Protocollo nel dettaglio contiene:

#### 1. INFORMAZIONE

- ▶ Informazione continua e preventiva ai lavoratori
- ▶ Informazione preventiva ai terzi
- ▶ Informazione in azienda

#### 2. MODALITÀ DI INGRESSO IN AZIENDA

- ▶ Controllo della temperatura inizialmente con operatore all'ingresso e successivamente con **termoscanner** - Igienizzazione delle mani e postazioni di *dispensing*
- ▶ Richiesta di informazioni e Misure ulteriori eventualmente disposte dall'autorità sanitaria competente
- ▶ Mobilità delle persone all'interno dei luoghi di lavoro con accessi controllati e sorvegliati nel rispetto delle distanze e numero massimo di persone negli ambienti di lavoro (spogliatoi, aree comuni, uffici, ecc.)



### 3. MODALITÀ DI GESTIONE DI FORNITORI E APPALTATORI

- ▶ Comunicazione ai fornitori delle regole comportamentali da seguire
- ▶ Accesso a reception/uffici per il ritiro/consegna di documenti
- ▶ Accesso ai servizi igienici
- ▶ Svolgimento delle operazioni di carico e scarico

### 4. PULIZIA E SANIFICAZIONE IN AZIENDA

- ▶ Locali di lavoro  
(uffici, reception, laboratori, servizi igienici, refettori, aree comuni)
- ▶ Attrezzature di lavoro  
(telefoni, cellulari, tablet, computer, tastiere, video, sedie, piani di lavoro, maniglie, armadi, quadri di comando, dispositivi di comando, pulsantiere, ecc.)
- ▶ Attrezzature di lavoro condivise (fotocopiatrici, centrali di manovra, pulpiti, dispositivi di comando, timoni, sedili, telecomandi, ecc.)
- ▶ Locali comuni

### 5. PRECAUZIONI IGIENICHE PERSONALI

### 6. DISPOSITIVI DI PROTEZIONE INDIVIDUALE

### 7. GESTIONE DEGLI SPAZI COMUNI

### 8. GESTIONE IN ENTRATA ED USCITA DEI DIPENDENTI

### 9. ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

### 10. RIUNIONI, EVENTI E FORMAZIONE DEL PERSONALE

### 11. SORVEGLIANZA SANITARIA E MEDICO COMPETENTE

### 12. AGGIORNAMENTO DEL PROTOCOLLO

A maggior protezione del personale, è stata stipulata una polizza assicurativa per i dipendenti per la tutela dei rischi da Coronavirus Covid-19.

Negli anni, sono stati sviluppati progetti per rendere l'ambiente di lavoro più inclusivo e propositi volti alla tutela della salute e all'equilibrio tra vita lavorativa e privata. Nel corso degli anni, Candioli ha introdotto il progetto di *smartworking*, con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di un ambiente di lavoro più attento alle necessità delle persone. L'iniziativa ha avuto seguito soprattutto nel 2020 con le nuove esigenze, dettate dalla pandemia, anno in cui l'azienda è riuscita a introdurre in maniera più radicata tale forma di operatività.

Ad oggi, viene svolta in modalità *smartworking* il 50% dell'operatività del personale degli uffici, coinvolgendo costantemente circa 30 persone.

## 7.2 Emissioni e Consumi

### Regole in materia di politica ambientale ed energetica

I principi di base su cui si fonda la politica ambientale di Candioli sono:

- ▶ il rifiuto dello spreco,
- ▶ il progressivo miglioramento dell'efficienza e delle prestazioni energetiche,
- ▶ l'attenzione alle conseguenze ambientali e sociali delle nostre scelte.

Oltre a garantire il pieno e sostanziale rispetto delle prescrizioni legislative in materia ambientale, ci proponiamo di ricercare soluzioni innovative ed efficaci in questo campo, di applicare i migliori standard ambientali, di far progredire il concetto di responsabilità ambientale attraverso un rinnovato impegno nel tradurre in concreto i principi internazionali sottoscritti.

Nel corso del 2021, si punterà a un continuo miglioramento, soprattutto dal punto di vista digitale in quanto nell'azienda è in atto un progetto di *digital transformation*, che permetterà la gestione più sicura e controllata dei dati. Questo consentirà la riduzione dell'utilizzo di carta per lo scambio e per le archiviazioni della maggior parte dei documenti.

Di seguito, un riassunto dei consumabili acquistati nell'anno 2020. Non avendo a disposizione i dati degli anni precedenti, questa sarà la base numerica su cui l'azienda si impegna nel miglioramento continuo e significativo per il futuro.





#### Regole in materia di sostenibilità per l'acquisto e l'utilizzo della carta e materiali derivati

Una parte consistente dei consumi energetici è imputabile alle “macchine”: PC, monitor, stampanti, fotocopiatrici, server, sistemi IT e apparecchiature a supporto dei servizi. Un'azione mirata su tale tipologia di consumi ha riguardato la sostituzione progressiva delle macchine da ufficio con altre energeticamente più efficienti e l'adozione di una specifica policy in materia.

Per i nuovi acquisti sono state introdotte previsioni contrattuali specifiche volte a garantire il rispetto dei requisiti di sostenibilità ambientale, oltre alle certificazioni e attestazioni in materia relative al prodotto e alla azienda fornitrice. Per la valutazione tecnica è stato elaborato un algoritmo di valutazione delle prestazioni ambientali ed energetiche, mentre per la valutazione economica i costi di esercizio energetici sono considerati per periodo di vita media della macchina e si sommano al prezzo di investimento iniziale.

#### 7.2.1 Gas, energia elettrica ed acqua

Il Gruppo Candioli investe periodicamente nell'ammodernamento dei propri impianti produttivi e nell'implementazione di nuove tecnologie, in grado di garantire migliori prestazioni produttive ed energetiche. La valutazione dei consumi viene effettuata annualmente confrontando i dati con gli anni precedenti al fine di poter valutare l'implementazione di specifici progetti di miglioramento.

L'acqua è un bene prezioso, un patrimonio di tutti e per questo è importante la sua tutela. Consapevoli dell'importanza che ricopre, siamo alla costante ricerca di attività volte alla riduzione del suo consumo nelle varie fasi della filiera. Nel nostro processo produttivo, l'acqua viene utilizzata principalmente per il lavaggio di macchinari, oltre che per la produzione di acqua deionizzata utilizzata in alcune produzioni di prodotti liquidi. Al fine di salvaguardare questo bene, sin dal 2017 si è dato inizio a un imponente processo di validazione di tutte le procedure di *cleaning*, in accordo alla linea guida internazionale,

La *cleaning validation* è una metodologia per convalidare le procedure di pulizia, per rimuovere residui e contaminanti e per garantire l'efficacia e l'uniformità di pulizia negli impianti e nelle attrezzature e la qualità delle acque di risciacquo.

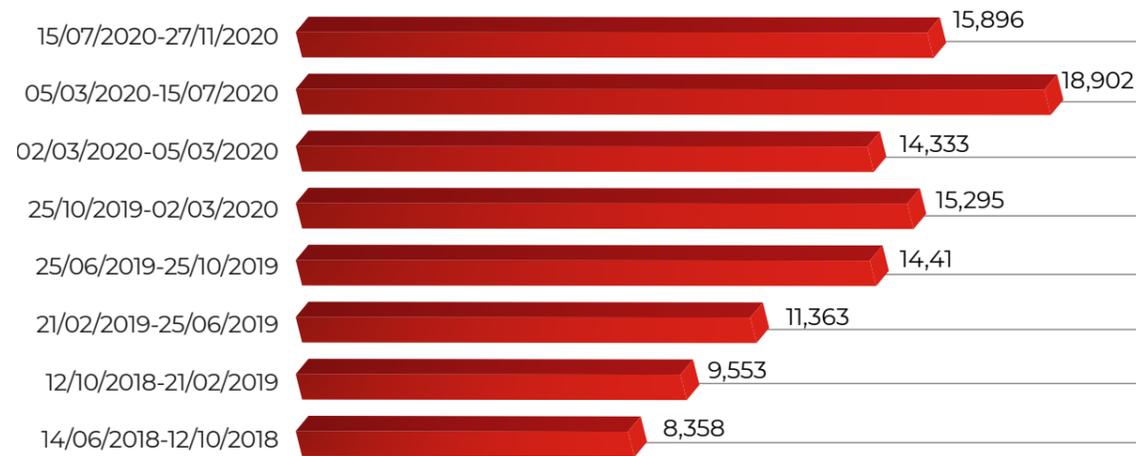
Al momento in cui si scrive, si è raggiunto lo sfidante risultato che solo il 35% dell'acqua utilizzata per la pulizia degli impianti è inviata allo smaltimento come rifiuto speciale, la restante è normalmente inviata nel circuito civile.

Per garantire il rispetto dei parametri di legge prima dell'utilizzo di acqua all'interno delle produzioni, sono predisposti punti di campionamento. Nel caso in cui il lavaggio avvenga in seguito alla produzione di prodotti possibili contaminanti (contenenti, ad esempio, fegato di suino), l'acqua viene raggruppata in un serbatoio dedicato e viene smaltita con una ditta specializzata, come rifiuto speciale.

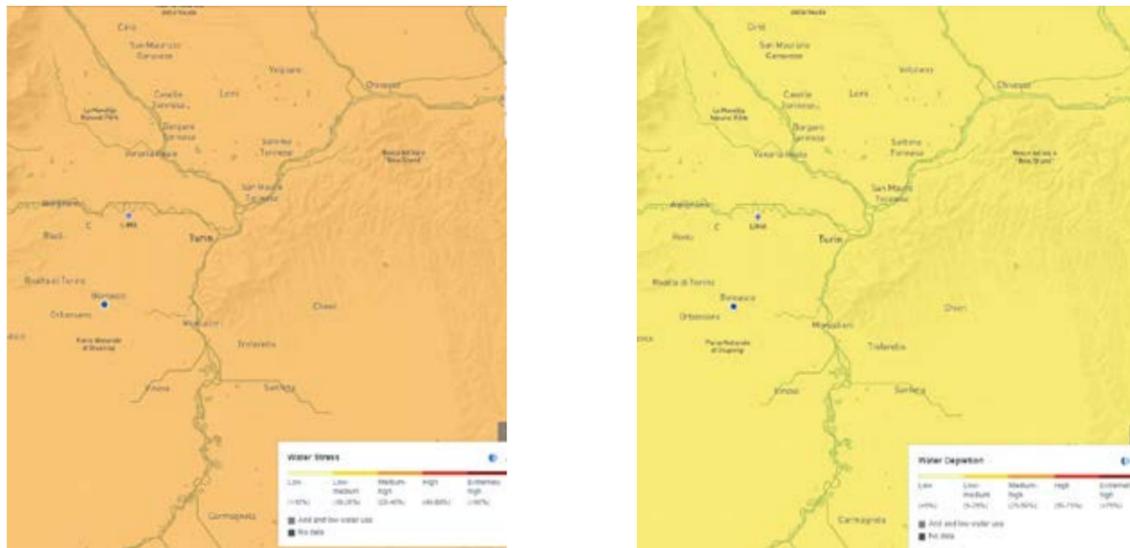
Per poter verificare il rispetto dei parametri di legge, prima del rilascio delle acque, sono predisposti dei punti di campionamento. I nostri controlli vanno ben oltre quelli predisposti dalla legge, il Gruppo infatti effettua continue analisi microbiologiche interne in regime di autocontrollo attraverso i nostri laboratori. In seguito a questi controlli, non sono mai stati trovati valori fuori specifica.



## Andamento consumi medi giornalieri



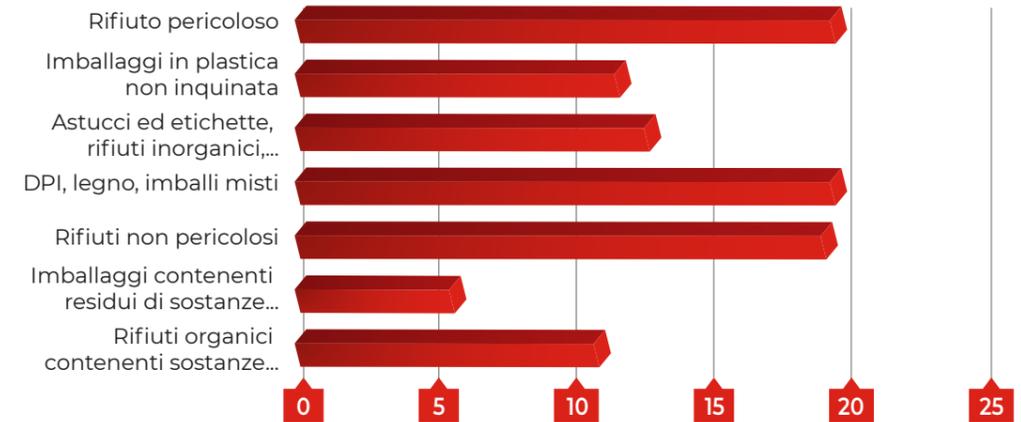
Al fine di valutare il proprio impatto in zone sensibili, con riferimento al prelievo e allo scarico di acqua in aree soggette a stress idrico, il Gruppo si avvale dell'Aqueduct Tool, sviluppato dal World Resources Institute, per identificare le aree potenzialmente a rischio.



### 7.2.2 Rifiuti

Il Gruppo Candioli pone sempre più attenzione alle modalità di gestione dei rifiuti in conformità alle normative vigenti. L'attenzione nei confronti della lotta all'utilizzo di materiali non riciclabili e di azioni nei confronti dell'ambiente e del riciclo è sempre più alta. La raccolta differenziata è da tempo diventata fondamentale per ridurre il nostro impatto sull'ambiente e trasformare in risorse i rifiuti, che tutti noi produciamo quotidianamente, dandogli una "seconda vita". Una particolare attenzione è posta alla raccolta differenziata con la predisposizione di raccoglitori specifici in vari spot aziendali (corridoi, area adibita a pausa-caffè, zona mensa, ecc.). I rifiuti prodotti dal Gruppo Candioli rientrano per la maggioranza nella categoria dei "rifiuti non pericolosi" e solo per il 19% nella categoria dei "rifiuti pericolosi" (solventi per i lavaggi, acidi, componenti informatiche, come ad esempio computer, batterie, cellulari, ecc.), che sono scrupolosamente gestiti in conformità alle disposizioni di legge in materia.

## Tipologia rifiuti (%)



L'azienda si è focalizzata sull'eliminazione della plastica monouso, all'interno delle sue sedi e sull'adottare scelte maggiormente ecologiche nella vita quotidiana dell'ufficio. Nell'anno 2020, sono stati installati erogatori di acqua naturale allacciati alla rete idrica aziendale. Inoltre, l'azienda si è adoperata per la distribuzione ad ogni dipendente di 1 borraccia in acciaio. Per un maggior coinvolgimento di tutto il team sui temi legati alla diminuzione dei rifiuti, nel corso del 2020 si è deciso di passare a:

- ▶ Erogatori con caffè in grani
- ▶ Bicchierini da caffè compostabili

L'azienda si adopera anche nell'aiutare il consumatore finale per un adeguato smaltimento dei materiali di confezionamento e nella corretta gestione del prodotto giunto a fine vita, tramite indicazioni apposte sugli astucci.

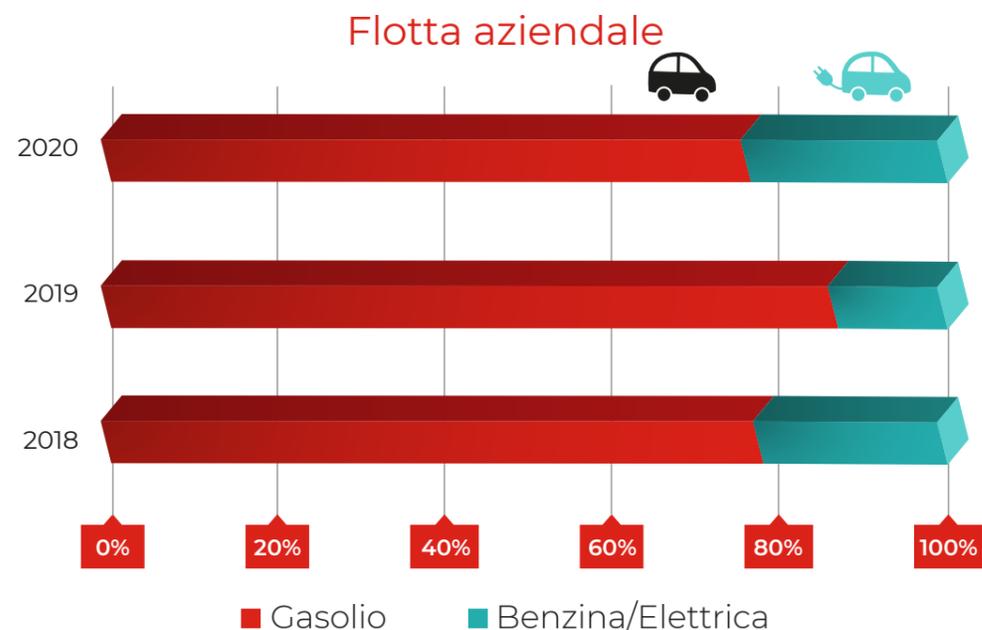
Garantire la correttezza delle informazioni offerte in etichetta in conformità con i regolamenti internazionali e nazionali e applicare i principi di marketing responsabile a tutte le comunicazioni aziendali. Tutti i prodotti riportano sulla loro confezione le istruzioni per un uso corretto, secondo le regole stabilite dalla normativa. Prove preliminari di una corretta e completa erogazione del prodotto dal proprio contenitore vengono effettuate al fine di ridurre al minimo gli sprechi e garantire i tempi corretti di somministrazione del prodotto e di conseguenza la sua efficacia.

Dal 2020 l'azienda si adopera nell'aiutare il consumatore finale nella corretta gestione del prodotto giunto a fine vita, tramite indicazioni per lo smaltimento apposte sugli astucci. Questo permette l'adeguata raccolta differenziata dei materiali di confezionamento.

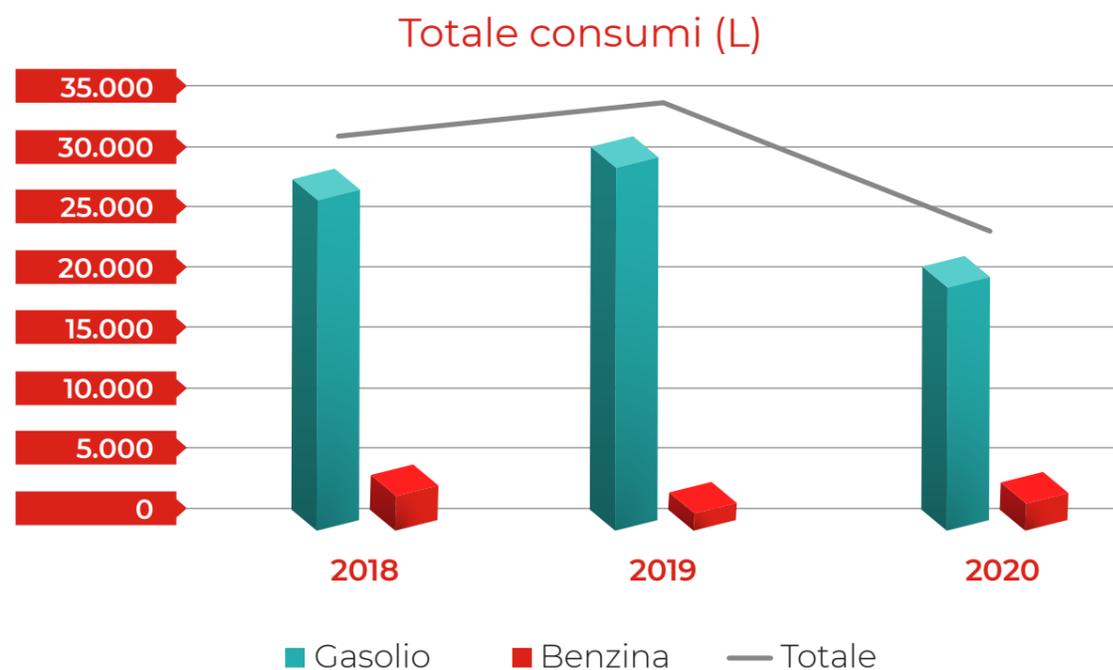


### 7.2.3 Auto aziendali

Nell'ambito della strategia per la riduzione delle emissioni inquinanti in atmosfera, anche il piano di ammodernamento della flotta aziendale riveste un ruolo importante. Per questo si è cercato, nel corso degli ultimi anni, di spostare l'interesse verso auto con minor impatto ambientale e con alimentazione ibrida.



Il lockdown e l'epidemia di Covid-19 hanno avuto un forte impatto anche sugli spostamenti del personale aziendale e sulle trasferte.



## 7.3 H&S

### 7.3.1 Infortuni

Per infortunio sul lavoro si intende ognuna di quelle lesioni, in cui può incorrere il lavoratore durante la sua attività lavorativa. La lesione ha alla base una causa violenta che, secondo l'articolo 2 DPR n. 1124/65 "Testo Unico INAIL", può determinare:

- ▶ inabilità al lavoro temporanea;
- ▶ inabilità al lavoro permanente;
- ▶ morte.

Secondo l'analisi condotta dalla Consulenza statistico attuariale dell'Istituto sugli Open data rilevati al 31 dicembre 2020, si conferma l'impatto dell'emergenza Coronavirus sull'andamento infortunistico in Italia nel 2020. Il calo delle denunce è pari al 13,6%, ma i casi mortali sono 1.270, 181 in più rispetto ai 1.089 del 2019 (+16,6%). A fronte di una riduzione dei decessi in itinere del 30,1%, quelli avvenuti in occasione di lavoro sono infatti aumentati di oltre un terzo (+34,9%).

Nel Gruppo Candioli emerge un trend in controtendenza rispetto a quello nazionale. In merito a quanto detto finora, durante il 2020 abbiamo fortunatamente registrato solo **3 infortuni non gravi**. Abbiamo perciò registrato due persone, che hanno fatto meno di 5 giorni di infortunio, mentre una persona in itinere per 15 giorni. Con il pensiero del poter far sempre meglio, ci auguriamo di poter azzerare questa cifra nel 2021.

### 7.3.2 Formazione Specifica

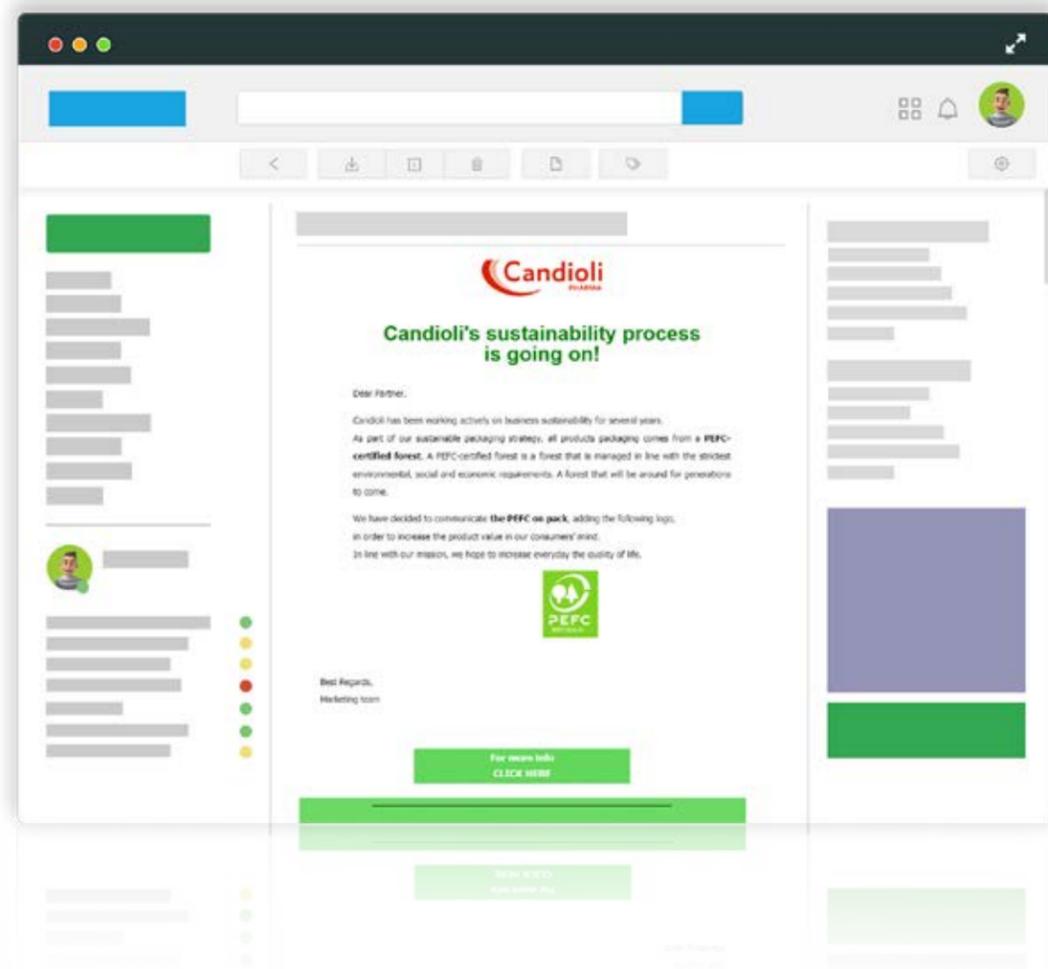
#### Carta e altri materiali green

La carta per una realtà come quella del Gruppo Candioli costituisce una risorsa sulla quale viene posta una particolare attenzione, espressa anche attraverso l'adozione di una policy specifica. Essere sensibili su questo tema indica consapevolezza della propria impronta ecologica e la volontà di adottare soluzioni per ridurre quanto più possibile gli impatti diretti e indiretti, sia sul versante dell'acquisizione della carta che su quello del suo utilizzo. Nel 2020 al fine di ridurre il consumo di carta sono state introdotte delle policy, che regolamentano l'utilizzo delle stampanti di dipartimento attivabili solo a mezzo PIN e ottimizzando le stampe fronte retro.

Nel 2020, anno in cui si è iniziato il monitoraggio, il quantitativo di carta riciclata o ecologica (carta certificata del tipo FSC, ECF/TCF e altri marchi) sul totale complessivo acquistato risulta essere superiore al 10%.

È stato avviato un processo di sensibilizzazione nell'acquisto di materiali a basso impatto ambientale anche nel settore cancelleria.

Dal 2018 il Gruppo acquista annualmente circa 30 tonnellate di carta utilizzata quotidianamente per lo sviluppo di astucci e confezionamenti primari e secondari destinati al mercato nazionale ed internazionale. Tutti questi materiali di confezionamento acquistati sono certificati FSC (Forest Stewardship Council), e dal 2020 sono stati inseriti i relativi loghi per una corretta informazione verso il consumatore finale.



## Packaging prodotti

Perseguendo il modello di business sostenibile, Candioli Pharma da diversi anni impiega per la produzione e il marketing dei propri prodotti, packaging, imballi e materiali informativi certificati PEFC (Programma di Valutazione degli schemi di certificazione forestale).

Il marchio PEFC riportato su un prodotto è garanzia del fatto che il materiale di origine forestale e arborea contenuto in quel prodotto proviene da una foresta certificata PEFC. Una foresta certificata PEFC è una foresta gestita in linea con i più rigorosi requisiti ambientali, sociali ed economici.

Attraverso la certificazione PEFC, è possibile monitorare il percorso del materiale dalle foreste fino al prodotto finale, seguendo tutta la catena di fornitura mediante un meccanismo di tracciabilità denominato Catena di Custodia. Oltre a garantire che il materiale proviene da una foresta certificata, il marchio PEFC tutela anche i diritti dei lavoratori lungo tutto il processo di produzione.



## Benefici delle foreste

Candioli Pharma collabora con aziende certificate PEFC e, pertanto, ha deciso di comunicare nel 2020 la certificazione PEFC, aggiungendo il logo simbolo su pack, imballi e materiali informativi al fine di aumentare il valore del prodotto agli occhi dei propri clienti e consumatori finali, e sensibilizzare l'utente alla tematica della sostenibilità ambientale.

Nell'ottica dell'impegno sostenibile, Candioli Pharma ricorre all'utilizzo dei QR code per l'approfondimento esplicativo del materiale scientifico a supporto del medico veterinario, per le pagine stampa e altro materiale informativo. I QR code indirizzano l'utente alla consultazione del materiale di approfondimento via web limitando così la stampa. Anche l'iter di approvazione interna dei materiali di confezionamento e marketing è svolto esclusivamente online evitando i molteplici giri di bozze cartacee.

## Regole in materia di sostenibilità per l'organizzazione di eventi di comunicazione e per attività di formazione

Le Regole in materia di sostenibilità per l'organizzazione di eventi di comunicazione e per attività di formazione definiscono i principi per migliorare la sostenibilità ambientale degli eventi di comunicazione interna ed esterna e dei corsi di formazione.

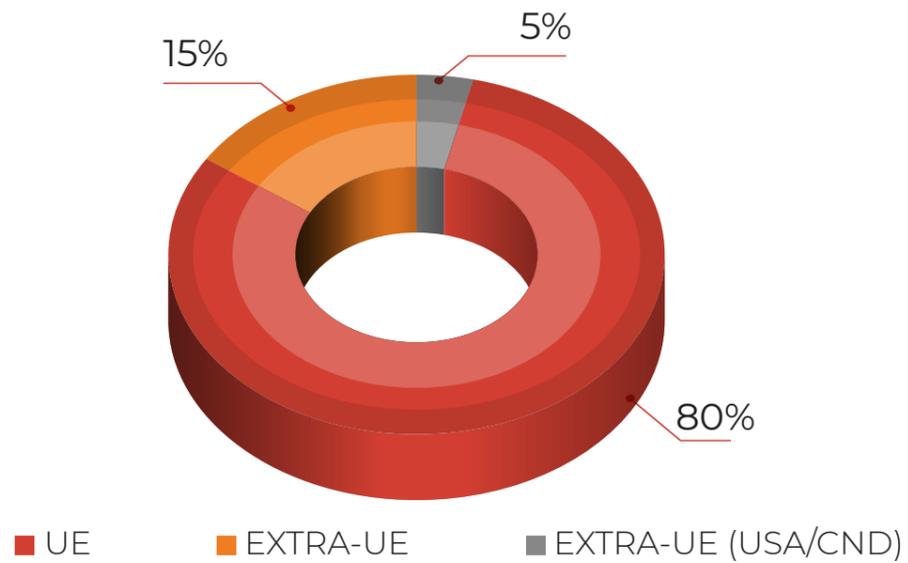
I criteri identificati vengono considerati in tutte le fasi di organizzazione di un evento: dalla preparazione e promozione, all'allestimento e svolgimento (modalità di trasporto, caratteristiche delle strutture di pernottamento, catering e allestimenti), alla fase di congedo e di allestimento.

Le aziende farmaceutiche stanno giocando un ruolo fondamentale nel sostenere il nostro ambiente e le nostre comunità, ora e per il futuro, in tre aree principali:

- ▶ **Efficienze di produzione**  
Le continue innovazioni e miglioramenti nella produzione per animali domestici consentono di proteggere le nostre risorse naturali esistenti, come l'energia e l'acqua.
- ▶ **Approvvigionamento responsabile degli ingredienti**  
L'uso di ingredienti di origine animale e vegetale, che vengono prodotti durante le lavorazioni, aiuta a ridurre lo spreco alimentare e prevenire ulteriori stress legati all'aumento della produzione agricola.
- ▶ **Monitorare e migliorare l'impatto delle proprie attività**  
lungo tutta la catena di fornitura è una priorità per il Gruppo Candioli e viene perseguita attraverso una scelta sostenibile delle principali materie prime e la costante selezione e valutazione dei fornitori.

Candioli vuole assicurare la tracciabilità dei prodotti e lo sviluppo di progetti di comunicazione trasparente, per consentire ai consumatori di scoprire e conoscere i prodotti e gli ingredienti in esso contenuti. A causa del suo impatto sociale e ambientale, è stato scelto di eliminare dai nostri prodotti in pasta l'utilizzo di olio di palma, sostituito perciò dall'olio di palma italiano sostenibile, ovvero prodotto senza convertire foreste e nel rispetto degli ecosistemi ad alto valore di conservazione.

### Suddivisione origine materie prime



GRI CONTENT INDEX		
GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA E NOTE/LIMITAZIONI
GRI 102 : INFORMATIVA GENERALE (2016)	PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE	
	<b>GRI 102-1</b> Nome dell'organizzazione	Copertina
	<b>GRI 102-2</b> Attività, marchi, prodotti e servizi	Lettera agli stakeholder; 1.5 Analisi di materialità; 2.2 Chi siamo; 3.1 Modello di business; 3.3 Cosa facciamo e come lo facciamo
	<b>GRI 102-3</b> Luogo della sede principale	2.5 Assetto societario; Ultima pagina del Bilancio
	<b>GRI 102-4</b> Luogo delle attività	2.5 Assetto societario
	<b>GRI 102-5</b> Proprietà e forma giuridica	2.5 Assetto societario 2.6 Governance
	<b>GRI 102-6</b> Mercati serviti	2.2 Chi siamo; 3.1 Modello di business; 6.1 I clienti
	<b>GRI 102-7</b> Dimensione dell'organizzazione	5 Performance economica; 6.4 I dipendenti e i collaboratori
	<b>GRI 102-8</b> Informazioni sui dipendenti e altri lavoratori	6.4 I dipendenti e i collaboratori
	<b>GRI 102-9</b> Catena di fornitura	6.3 I fornitori
	<b>GRI 102-10</b> Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Nel corso del 2020 non sono stati rilevati cambiamenti significativi con riferimento all'organizzazione e alla sua catena di fornitura.
	<b>GRI 102-11</b> Principio di precauzione	8 Ambiente e sicurezza
	<b>GRI 102-12</b> Iniziative esterne	5.6 Formazione attiva
<b>GRI 102-13</b> Adesione ad associazioni	2.7 Partner e Associazioni	

	<b>STRATEGIA</b>	
	<b>GRI 102-14</b> Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli stakeholder
	<b>GRI 102-15</b> Impatti chiave, rischi e opportunità	3.2 Contesto operativo; 3.3 Cosa facciamo e come lo facciamo; 5.2 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto
	<b>ETICA E INTEGRITÀ</b>	
	<b>GRI 102-16</b> Valori, principi, standard e norme di comportamento	1.5 Analisi di materialità; 2.3 I valori dell'azienda; 2.4 Mission
	<b>GRI 102-17</b> Meccanismi per avere suggerimenti e consulenze su questioni etiche	2.6 Governance
	<b>GOVERNANCE</b>	
	<b>GRI 102-18</b> Struttura della governance	2.6 Governance
	<b>GRI 102-21</b> Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali e sociali	2.6 Governance; 5.4 Condivisione dei risultati con i dipendenti; 5.5 Comunicazione interna e Condivisione degli obiettivi con i dipendenti; 6.2 I clienti; 6.4 I dipendenti e i collaboratori
	<b>GRI 102-22</b> Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	2.6 Governance
	<b>GRI 102-23</b> Presidente del massimo organo di governo	2.6 Governance
	<b>GRI 102-24</b> Nomina e selezione del massimo organo di governo	2.6 Governance

	<b>GRI 102-25</b> Conflitti di interesse	2.6 Governance
	<b>GRI 102-26</b> Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori e strategie	2.6 Governance
	<b>GRI 102-27</b> Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	2.6 Governance
	<b>GRI 102-28</b> Valutazione delle performance del massimo organo di governo	2.6 Governance
	<b>GRI 102-29</b> Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali	2.6 Governance
	<b>GRI 102-30</b> Efficacia dei processi di gestione del rischio	2.6 Governance
	<b>GRI 102-31</b> Riesame dei temi economici, ambientali, e sociali	2.6 Governance
	<b>GRI 102-33</b> Comunicazione delle criticità	2.6 Governance
	<b>GRI 102-34</b> Natura e numero totale delle criticità	2.6 Governance
	<b>GRI 102-35</b> Politiche retributive	2.6 Governance
	<b>GRI 102-36</b> Processo per determinare la retribuzione	2.6 Governance
	<b>GRI 102-37</b> Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione	2.6 Governance
	<b>GRI 102-38</b> Tasso della retribuzione totale annua	2.6 Governance
	<b>GRI 102-39</b> Percentuale di aumento del tasso della retribuzione totale annua	2.6 Governance

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDERS		
<b>GRI 102-40</b> Elenco dei gruppi di stakeholder	6 Gli stakeholder	
<b>GRI 102-41</b> Accordi di contrattazione collettiva		
<b>GRI 102-42</b> Individuazione e selezione degli stakeholder	1.3 Nota metodologica; 1.4 Analisi di materialità	
<b>GRI 102-43</b> Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	5.4 Condivisione dei risultati con i dipendenti; 5.5 Comunicazione interna e Condivisione degli obiettivi con i dipendenti; 6.2 I clienti; 6.4 I dipendenti e i collaboratori	
<b>GRI 102-44</b> Temi e criticità chiave sollevati	1.4 Analisi di materialità	
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE		
<b>GRI 102-45</b> Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	1.2 Perimetro del report 2.5 Assetto societario	
<b>GRI 102-46</b> Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	1.2 Perimetro del report; 1.3 Nota metodologica; 1.4 Analisi di materialità	
<b>GRI 102-47</b> Elenco dei temi materiali	1.4 Analisi di materialità	
<b>GRI 102-48</b> Revisione delle informazioni	Non sono state registrate revisioni delle informazioni significative	
<b>GRI 102-49</b> Modifiche nella rendicontazione	Nel corso del 2020 non sono stati rilevati cambiamenti significativi con riferimento alla rendicontazione.	
<b>GRI 102-50</b> Periodo di rendicontazione	1.3 Nota metodologica	
<b>GRI 102-51</b> Data del report più recente	1.3 Nota metodologica	
<b>GRI 102-52</b> Periodicità della rendicontazione	1.3 Nota metodologica	

	<b>GRI 102-53</b> Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	info@candioli.it
	<b>GRI 102-54</b> Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	1.3 Nota metodologica
	<b>GRI 102-55</b> Indice dei contenuti GRI	Indice dei Contenuti GRI Standard
	<b>GRI 102-56</b> Assurance esterna	La Società per la presente rendicontazione non ha ritenuto di effettuare l'Assurance esterna
<b>GRI 103: APPROCCIO GESTIONALE (2016)</b>	APPROCCIO GESTIONALE	
	<b>GRI 103-1</b> Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.1 Scopo del report; 1.3 Nota metodologica; 1.4 Analisi di materialità
	<b>GRI 103-2</b> La modalità di gestione e le sue componenti	1.3 Nota metodologica; 1.4 Analisi di materialità
	<b>GRI 103-3</b> Valutazione delle modalità di gestione	1.3 Nota metodologica; 1.4 Analisi di materialità
<b>GRI 200: ECONOMICO (2016)</b>	PERFORMANCE ECONOMICHE	
	<b>GRI 201-1</b> Valore economico direttamente generato e distribuito	5.2 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto
	IMPATTI ECONOMICI INDIRECTI	
	<b>GRI 203-1</b> Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	
	<b>GRI 203-2</b> Impatti economici indiretti significativi	5.2 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto
	PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO	
	<b>GRI 204-1</b> Proporzione di spesa verso fornitori locali	6.3 I Fornitori 7.2 Emissioni e Consumi

	ANTICORRUZIONE	
	<b>GRI 205-1</b> Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	
	<b>GRI 205-2</b> Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	
	<b>GRI 205-36</b> Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese anticorruzione	
<b>GRI 300: AMBIENTALE (2016)</b>	<b>MATERIALI</b>	
	<b>GRI 301-1</b> Materiali utilizzati per peso e volume	5.1 Circular Economy; 7.2 Emissioni e Consumi
	<b>GRI 301-2</b> Materiali utilizzati che provengono da riciclo	
	<b>ENERGIA</b>	
	<b>GRI 302-1</b> Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2.1 Energia Elettrica
	<b>GRI 302-2</b> Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	
	<b>GRI 302-3</b> Intensità energetica	
	<b>GRI 302-4</b> Riduzione del consumo di energia	
	<b>ACQUA</b>	
	<b>GRI 303-1</b> Consumo di acqua	7.2.3 Acqua

	EMISSIONI	
	<b>GRI 305-1</b> Emissioni dirette di GHG	7.2 Emissioni e Consumi
	<b>GRI 305-2</b> Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	
	<b>GRI 305-3</b> Altre emissioni indirette di GHG	
	<b>GRI 305-4</b> Intensità delle emissioni di GHG	
	<b>GRI 305-5</b> Riduzione delle emissioni di GHG	
	<b>GRI 305-6</b> Emissioni di sostanze dannose per ozono	
	<b>GRI 305-7</b> Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	
	<b>COMPLIANCE AMBIENTALE</b>	
	<b>GRI 307-1</b> Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Non sono state comminate sanzioni monetarie
	<b>VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI</b>	
	<b>GRI 308-1</b> Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	5.1 Circular Economy; 6.3 I Fornitori
	<b>GRI 308-2</b> Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese ambientali	

<b>GRI 400: SOCIALE (2016)</b>	<b>OCCUPAZIONE</b>	
	<b>GRI 401-1</b> Nuove assunzioni e turnover	6.4 I dipendenti e i collaboratori
	<b>GRI 401-2</b> Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	
	<b>GRI 401-3</b> Congedo parentale	
	<b>RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT</b>	
	<b>GRI 402-1</b> Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	
	<b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>	
	<b>GRI 403-1</b> Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e per genere.	7 Ambiente e Sicurezza
	<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>	
	<b>GRI 404-1</b> Ore medie di formazione annua per dipendente	5.6 Formazione attiva
	<b>GRI 404-2</b> Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	
	<b>GRI 404-3</b> Percentuale dei dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	

	<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>	
	<b>GRI 405-1</b> Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	
	<b>GRI 405-2</b> Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	
	<b>COMUNITÀ LOCALI</b>	
	<b>GRI 413-1</b> Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	
	<b>GRI 413-2</b> Attività con impatti negativi, potenziali e attuali significativi sulle comunità locali	
	<b>VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI</b>	
	<b>GRI 414-1</b> Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	
	<b>GRI 414-2</b> Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	
	<b>COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA</b>	
	<b>GRI 419-1</b> Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Non sono state rilevate sanzioni per non conformità

