

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



2021







LETTERA AGLI STAKEHOLDER	9
1. IMPRENDITORIALITÀ	13
1.1 Assetto societario	17
1.2 Governance	17
1.3 Modello di business	17
1.4 Andamento del settore	19
2. QUALITÀ	21
2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica	21
2.2 Integrazione della sostenibilità – agenda ONU 2030	24
2.3 Premi e riconoscimenti	27
2.4 Cosa facciamo e come lo facciamo	29
2.5 Clienti (customer satisfaction e compliance)	31
2.6 Fornitori	33
3. PASSIONE	35
3.1 Partner e associazione	35
3.2 Rapporti con il territorio (donazioni beneficenza)	35
3.3 Condivisione dei risultati con i dipendenti	39
3.4 Comunicazione interna e condivisione degli obiettivi con i dipendenti	39
3.5 Formazione attiva	39
3.6 Dipendenti e collaboratori	44

4. INNOVAZIONE	61
4.1 Processo di creazione del valore	61
4.2 Strategie di sviluppo	61
4.3 Risultati della gestione – creazione e distribuzione del valore aggiunto	61
4.4 Carbon Footprint	64
4.5 Digitalizzazione e 4.0	64
4.6 Emissioni e consumi	65
4.6.1 Rifiuti	66
4.6.2 Auto aziendali	67
4.7 H&S	67
4.8 Analisi di materialità	68



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il Gruppo Candioli compie 140 anni. Nel 1882 a Roma, nasce l'Istituto Farmaceutico Candioli, che si sviluppa per diventare il punto di riferimento nei mercati in cui è presente: il settore veterinario degli animali da compagnia e il settore della pediculosi umana.

I valori da cui l'azienda è partita continuano ad essere fondanti per il nostro lavoro e hanno contribuito alla crescita e all'espansione sui mercati nazionale ed internazionali, guidandoci nella definizione e nel successivo raggiungimento degli obiettivi aziendali, sviluppando innanzi tutto un team aziendale forte e coeso.

La **QUALITÀ** si esprime nei prodotti sviluppati e fabbricati nello stabilimento aziendale. La qualità è alla base del DNA aziendale.

L'**INNOVAZIONE** è d'obbligo per una PMI che decida di competere ad armi pari con aziende molto più grosse e con risorse significativamente più importanti, e che con il tempo riesca a diventare loro partner proprio nello sviluppo e nella produzione di prodotti che corrispondano a questi primi due valori.

In Candioli lavoriamo tutti i giorni al miglioramento della qualità dei nostri prodotti con innovazioni che possano apportare cambiamenti positivi nella vita e nel lavoro di dipendenti e clienti, soddisfacendo le loro esigenze, oggi e domani.

L'**IMPRENDITORIALITÀ** è un valore ad ampio spettro che indica responsabilità, propensione al cambiamento e fiducia condivisi con tutto il team aziendale. Essere imprenditori di se stessi significa investire il proprio talento e le proprie competenze per una crescita personale e di tutta l'azienda.

Il quarto ed ultimo valore è la **PASSIONE**, ovvero il comune denominatore che abbraccia i tre precedenti e permette di raggiungere gli obiettivi aziendali quando è diffusa ad ogni livello dell'organizzazione; è la passione che porta a creare una squadra forte e unita.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è il secondo consecutivo presentato da Candioli. L'obiettivo che ci poniamo con questo documento è fotografare il lavoro svolto confrontando la situazione attuale con quella dell'anno passato, evidenziando punti di miglioramento e aree in cui vi sono opportunità di crescita, al fine di proseguire il cammino intrapreso.

Il Bilancio di Sostenibilità è organizzato in base ai valori aziendali di innovazione, qualità, imprenditorialità e passione in quanto rappresentano le forze trainanti per ogni attività e decisione aziendale. Candioli si impegna così nuovamente a mantenere uno sguardo verso il futuro, a migliorare ed innovare al fine di portare sul mercato prodotti che permettano il mantenimento del benessere animale e umano.





1. IMPREDITORIALITÀ

1882

Il **Dr. Attilio Candioli** e il **figlio Cesare** fondano l'Istituto farmaceutico Candioli a Roma e viene formulato il primo presidio medico chirurgico, il **MOM**.

1931

Trasferimento a Torino con grande espansione sul territorio nazionale.

1967

Entra in azienda la dott.ssa Enrica Candioli seguita dal marito l'Ing. Riccardo Candioli.

1973

Trasferimento presso l'odierno stabilimento di **Beinasco**.

2001

Luca Cravero Candioli, attuale general manager, **entra in azienda**.

2018

Acquisizione di Vetark Products Ltd, specializzata in mangimi complementari per animali esotici.

1946
1963

Sviluppo dei prodotti veterinari per i cavalli atleti, l'ornitologia e infine per animali da compagnia.

1990

Iniziano le **partecipazioni a fiere di settore** sia in Italia sia all'estero.

2004

Acquisizione di ExtonVet ed espansione internazionale.





Nell'anno 2022, Candioli Pharma raggiunge il traguardo dei 140 anni dalla nascita dell'azienda, un anniversario importante che mostra l'impegno e la passione dell'intero Gruppo Candioli.

Fin dal 2021 l'azienda si è preparata a vivere questo anniversario, organizzando per tutta la durata dell'anno 2022 eventi con tutti gli stakeholders.

La prima celebrazione si è tenuta a luglio 2022, data in cui dipendenti, agenti e informatori sono stati invitati a partecipare prima ad una attività sociale presso la sede torinese di Eataly e la sera si sono riuniti presso la Palazzina di caccia di Stupinigi per celebrare l'anniversario, condividendo valori e obiettivi aziendali.

Il coinvolgimento e la partecipazione di tutta l'organizzazione sono state un volano sinergico per la crescita ed il radicamento dell'identità aziendale.

A settembre i festeggiamenti sono continuati a Torino, dove Candioli, partner di aziende presenti in oltre 50 Paesi, ha accolto i rappresentanti esteri per mostrare lo stabilimento produttivo e condividere i progetti presenti e futuri.

In questo anno speciale, sono stati organizzati due congressi residenziali in Veneto e in Puglia coi i nostri principali clienti e partner provenienti dall'intero territorio nazionale. In questi weekend, si è colta l'occasione da una parte di dibattere circa le innovazioni di settore, dall'altra di seguire diverse attività sociali per rinforzare il network.

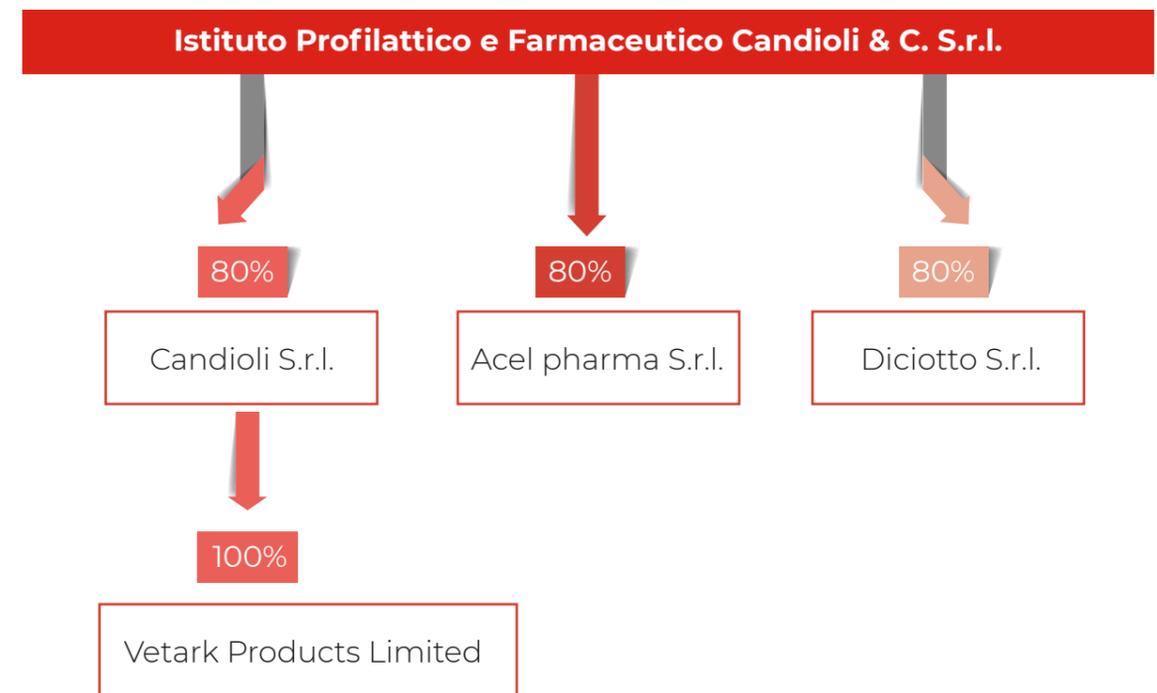
Nei suoi 140 anni di storia, l'Azienda Candioli ha definito nuovi campi di specializzazione, producendo sia prodotti destinati ad uso umano, sia ad uso veterinario. Appartengono al primo gruppo i prodotti antiparassitari, che hanno reso Candioli società leader in Italia da sessant'anni ed i prodotti 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 e mangimi complementari per particolari fini nutrizionali e da prodotti cosmetici, distribuiti capillarmente in Italia e in oltre 50 Paesi esteri.





1.1



1.2

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

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 perseguire gli obiettivi economici e di sviluppo, mantenendo sempre alta l'attenzione sui tre pilastri fondamentali, secondo Candoli: ambientale, sociale e governance.

1.3

Il core business del Gruppo è il settore dei **mangimi complementari per uso veterinario, nelle forme solide, liquide e semisolide (paste)**: è un settore moderno, innovativo e con ottime prospettive di crescita.

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

- ▶ **specialità farmaceutiche**
- ▶ **prodotti per l'igiene per animali da compagnia**, quali cani, gatti, uccelli e specie minori
- ▶ **antiparassitari per uso umano**
- ▶ **produzioni per aziende terze** (in particolare Presidi medico-chirurgici, Mangimi complementari, Antiparassitari per uso veterinario) si sono sviluppate nel corso degli anni diverse collaborazioni con importanti aziende italiane ed estere per la produzione a loro marchio.



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 domestico ed internazionale.

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.

1.4

"Nelle case d'Italia cani, gatti e altri animali domestici superano gli italiani: sono oltre 62 milioni"

Gli animali da compagnia fanno parte della vita di moltissimi italiani. Durante il lockdown, quando abbiamo tutti vissuto un lungo periodo di isolamento, gli animali nelle nostre case sono aumentati sino a raggiungere durante il 2021 il numero di 62,1 milioni (superano quindi la popolazione italiana ferma a 59,55 milioni di abitanti). Altroconsumo, al fine di capire qual è il rapporto degli italiani con i propri animali di casa e verificare il loro grado di soddisfazione nei confronti del servizio reso dai veterinari, tra settembre e ottobre 2021, ha intervistato un campione di 1.058 cittadini tra i 18 e i 74 anni, tutti proprietari di almeno un animale domestico.

Dall'indagine è emerso che molte delle persone intervistate hanno più di un animale: più della metà (56 per cento) dei rispondenti possiede un gatto, il 62 per cento un cane, il 10 per cento dei pesci, l'8 per cento tartarughe e solamente il 3 per cento di loro possiede dei conigli..."

..."L'81% dei rispondenti all'indagine, cioè 8 persone su 10, si dichiarano molto soddisfatti del proprio veterinario, lo considerano competente e in grado di relazionarsi sia con loro sia con l'animale. Le tariffe per il servizio veterinario sono, invece, l'aspetto meno apprezzato tra le persone con animali, infatti solo 7 persone su 10 si dichiarano soddisfatte del costo del servizio. Le visite dal veterinario sono molto frequenti tra i proprietari di animali, infatti, negli ultimi 12 mesi, l'88% dei cani sono stati accompagnati alla visita annuale di controllo e l'82% alle vaccinazioni. Nei gatti le percentuali scendono leggermente: il 73% dei felini hanno fatto la visita di controllo e il 52% le vaccinazioni..."

Articolo pubblicato sul giornale
La Stampa, La Zampa il 04/05/2022

2. QUALITÀ



La nostra Mission è **portare soluzioni efficaci ed 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.

2.1

Per il secondo anno consecutivo, Candioli Pharma ha deciso di condividere il proprio operato nei confronti dei suoi stakeholder, con l'intento di coinvolgerli sempre di più in merito agli obiettivi raggiunti ed ai traguardi futuri in tema di responsabilità sociale d'impresa. Le società di cui si rendiconta sono le stesse del precedente Bilancio di Sostenibilità 2020 ovvero tutte quelle del Gruppo.

E' passato un anno dalla scrittura del nostro primo Bilancio di Sostenibilità e guardando indietro per fare il punto della situazione vediamo un mondo profondamente cambiato: un grande solco ci divide da quel periodo e nuove abitudini, un nuovo approccio alla vita e una nuova consapevolezza si distinguono completamente rinnovate. Ancora condizionati dalla crisi pandemica, nel pieno di una guerra ai più incomprensibile e fortemente scossi da una profonda crisi economica che potrebbe sfuggire da qualsiasi controllo, ecco come la Sostenibilità sia per noi il sole che vince sempre sulla più brutta tempesta. Se la scelta di un anno fa sembrava una strada pionieristica per i produttori di alimenti complementari per cani e gatti, oggi si rivela per tutti noi il più importante investimento, garanzia di solidità e supporto in questi momenti difficili e di rinnovato profondo cambiamento. Anche nella nostra realtà aziendale sono successe tante cose, uniche e fortunatamente straordinarie e con la realizzazione di questo Bilancio abbiamo il privilegio non solo di raccontarle ma di riviverle, emozioni che riaffiorano come sfogliando il più bell'album del più bel viaggio mai fatto, primis su tutto la celebrazione dei nostri meravigliosi 140 anni di innovazione, qualità, passione ed imprenditorialità. Migliorare la responsabilità e la gestione d'impresa è sempre stato il faro che ha illuminato il nostro cammino, e oggi, con la rendicontazione della "creazione di valore" aggiungiamo un seme fondamentale alla nostra reportistica; un messaggio chiaro e trasparente per tutte le persone che vivono dentro e fuori la nostra azienda. E da questo seme ci aspettiamo il germoglio che, se nutrito a dovere, diventerà un albero rigoglioso che darà buoni frutti. Il futuro tracciato è nelle nostre mani e, se vogliamo essere un

esempio virtuoso per le generazioni che verranno, abbiamo la responsabilità di “contaminare” positivamente con la cultura della Sostenibilità rendendola accessibile a tutti. La nostra azienda crede fortemente in essa e come per tutti i valori fondanti garantisce che il perseguimento di esso non ricada economicamente sui nostri amati animali e loro proprietari. È la nostra identità.

Il Report ha come periodo di riferimento l'anno solare 2021, salvo ove diversamente specificato. Quando disponibili, i dati e gli indicatori sono stati elaborati e riportati per il triennio 2019-2021, 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”.

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 dati economici, finanziari e di governance sono stati ripresi

dai dati e dalle informazioni elaborati ai fini del Bilancio civilistico. I dati e gli indicatori ambientali sono stati elaborati nell'ambito del Sistema di Gestione Ambientale, i dati sul personale e quelli relativi agli altri aspetti trattati nel documento sono stati raccolti direttamente presso le funzioni responsabili. I dati riferiti al 2021 sono rimasti inalterati.

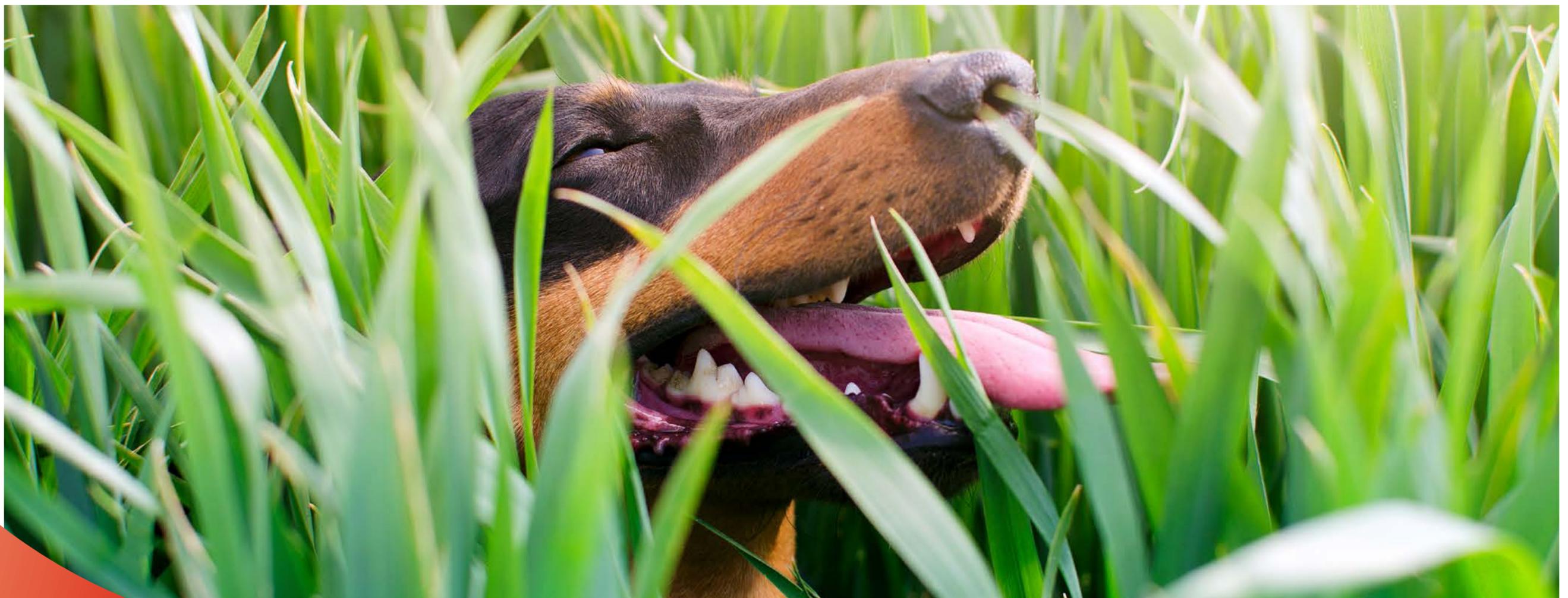
L'ampiezza e la profondità della rendicontazione dei temi trattati nel documento riflettono i risultati dell'Analisi di Materialità. I dati economici, finanziari e di governance sono stati ripresi dai dati e dalle informazioni elaborate ai fini del Bilancio civilistico. Infine, i dati sul personale e 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

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il processo di ascolto dei portatori di interesse di Candioli è avvenuto su due livelli, uno interno ed uno esterno all'organizzazione, indagando la percezione e le aspettative nei diversi ambiti della sostenibilità.

A livello interno, il Comitato di Sostenibilità guidato dalla Direzione ha lavorato in sinergia con l'obiettivo di mettere in luce le diverse sfide di sostenibilità poste dal contesto operativo e di mercato di riferimento. A livello esterno, la mappatura degli stakeholder ha consentito di identificare nei Clienti, Fornitori e media gli interlocutori prioritari rispetto a cui sviluppare un processo di coinvolgimento in un'ottica di sostenibilità.



2.2

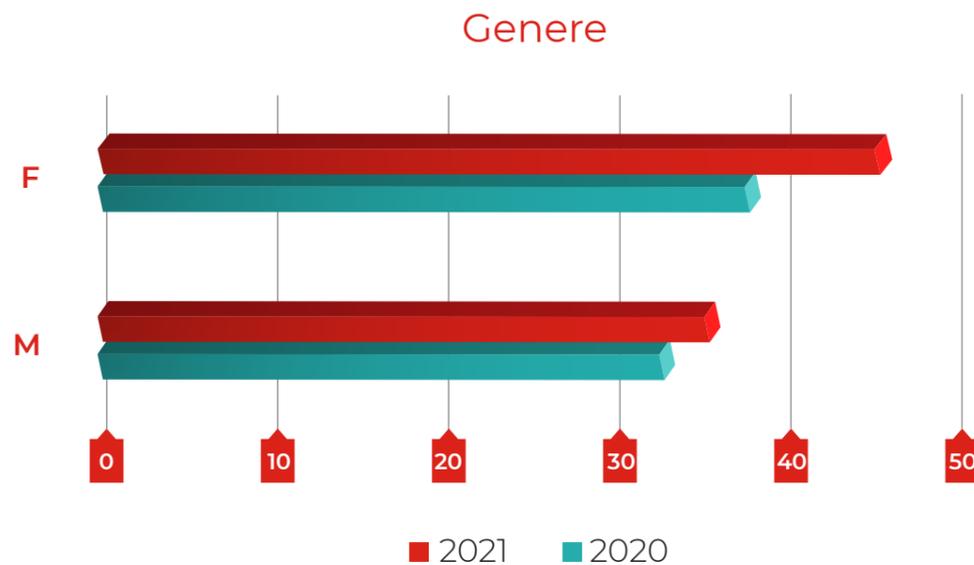
Nell'Agenda 2030 vengono riportati i diciassette obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, per far sì che nel 2030 il mondo appaia maggiormente evoluto e trasformato, rispetto alla visione che possediamo tutti noi oggi.

Anche quest'anno Candioli Pharma conferma l'attenzione sui 4 obiettivi seguenti:

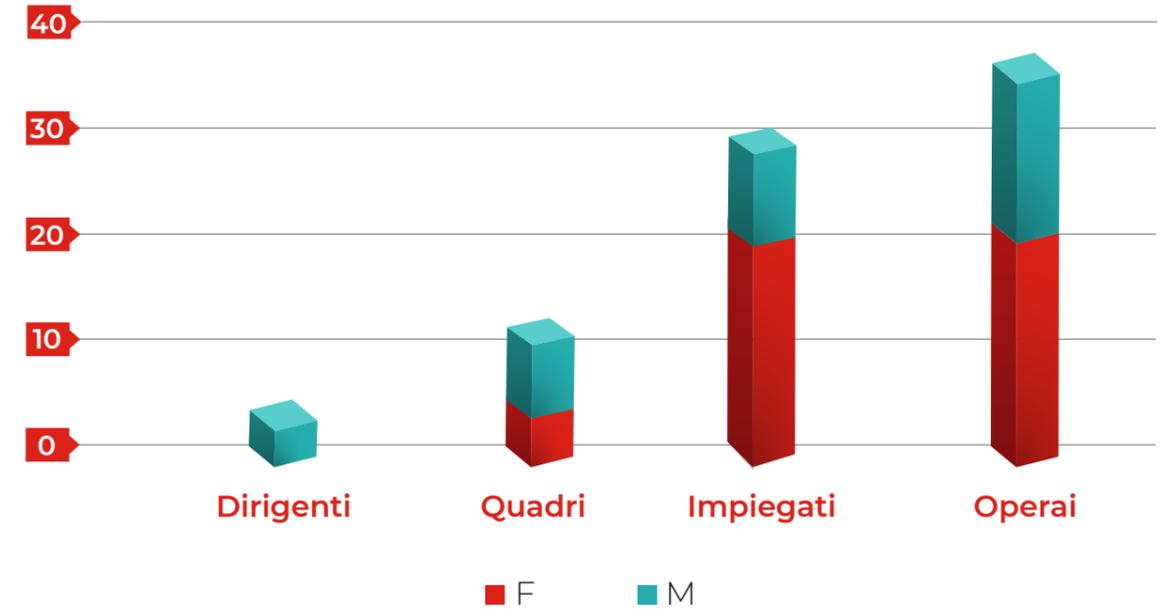


PARITÀ DI GENERE

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



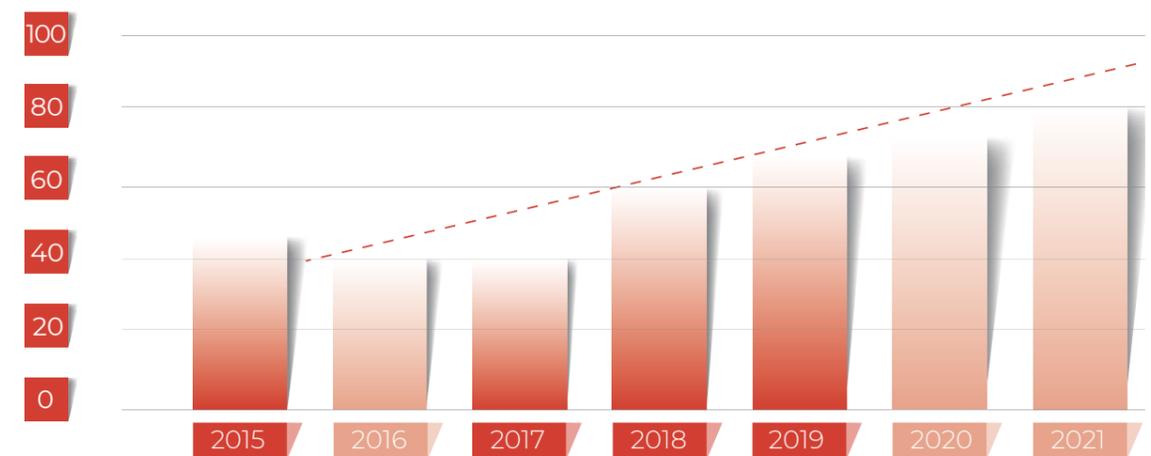
Genere per qualifica 2021



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

Numero dipendenti



Candioli Pharma si impegna ogni giorno per rendere partecipi alla realtà e crescita aziendale i propri dipendenti. A tal fine continua anche per l'anno 2021 la definizione di obiettivi definiti e condivisi per ogni dipartimento, obiettivi che permettono a ciascuna persona di rendersi autoconsapevole della propria crescita professionale.



IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

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

Uno dei fattori ritenuti mandatori al fine di costruire un'infrastruttura resiliente dalla nostra organizzazione è investire in maniera cospicua e consistente in formazione, informazione, a tutti i livelli dell'organizzazione implementando processi innovativi, brevettabili, e percorsi ai metodi di fabbricazione alternativi che prevedano energie rinnovabili, uso di materie prime da agricoltura ecosolidale, riuso di materiali e materie prime ad impatto CO₂ equivalente inferiore, inserendosi in un cluster di aziende polifunzionale con lo stesso scopo.

L'attenzione che il Gruppo Candioli dedica all'innovazione sostenibile aumenta 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 e la riduzione dei costi ambientali e sociali.

Per raggiungere questi obiettivi, nel 2022 il partenariato pubblico-privato finanzia progetti di sviluppo di soluzioni bio-based innovative e sostenibili, con un focus su queste priorità strategiche: materia prima, trasformazione, prodotti, nonché aspetti trasversali di comunicazione e ambiente sostenibile. Il Gruppo Candioli ha in progetto di partecipare ad una iniziativa finanziata da Circular Bio Based Europe, al fine di promuovere una bioeconomia competitiva per un'Europa sostenibile.

2.3

Candioli Pharma insignita del Premio "Italia Best Managed Companies 2022" di Deloitte

Per il terzo anno consecutivo Candioli Pharma ha ottenuto il prestigioso riconoscimento assegnato da Deloitte, il BMC Awards **"Best Managed Companies 2022"**, nato per premiare le aziende italiane che eccellono nella capacità organizzativa, nella definizione delle strategie di business e nella performance aziendale.

Questa V edizione del Best Managed Companies Award ha premiato 79 realtà italiane. I parametri presi in considerazione per la valutazione sono le performance aziendali e i fattori critici di successo che misurano strategia, competenze e innovazione, impegno e cultura aziendale, governance e misurazione delle performance, sostenibilità, filiera, internazionalizzazione.

Luca Cravero Candioli, General Manager Candioli Pharma, ha dichiarato a Il Giornale d'Italia: "I rincari dell'energia ci toccano da un punto di vista di utili, ma non in modo elevato. Siamo in un momento di transizione da un punto di vista di progetto industriale. Stiamo lavorando per convertire lo stabilimento verso l'efficienza. Il progetto è di partire molto a breve con produzione fotovoltaica o altre soluzioni per diminuire l'impatto. Il progetto, che era già da un anno e mezzo in studio, adesso è quasi in partenza."

Eventi ed iniziative

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.

Tra novembre 2020 e luglio 2021 l'azienda ha partecipato al programma Impact Prototypes Labs: il primo programma pratico di sviluppo di soluzioni prototipali a impatto sociale per le piccole e medie imprese piemontesi (PMI). Il programma si basa sulla collaborazione tra l'impresa ed un gruppo multidisciplinare di studenti delle Lauree Magistrali del Politecnico di Torino, accompagnati da docenti in un percorso di formazione project-based sui temi dell'innovazione e dell'impatto sociale.

Il 16 Dicembre 2021 l'azienda ha partecipato all'evento "Game of Research", presso il Dipartimento di Scienze Veterinarie (DSV) dell'Università degli Studi di Torino (UniTOr), una giornata di condivisione e divulgazione della ricerca. Il contesto adatto in cui scambiare idee, conoscenze, contatti, e in cui stringere nuove collaborazioni in vista di progetti di ricerca sempre più multidisciplinari, in un ambito informale che mira a promuovere l'incontro tra studenti, dottorandi, post-doc, ricercatori, aziende e stimolare il confronto sui temi di ricerca più attuali che oggi caratterizzano le Scienze Veterinarie.

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.

2.4

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 sostiene il benessere animali e per esso studia e sviluppa prodotti specifici che vanno a migliorare la vita degli animali. Il nostro obiettivo è fornire sia al veterinario, sia al proprietario di cani e gatti, strumenti efficaci, attraverso l'attività di ricerca e sviluppo e la costante ricerca bibliografica, lo studio, l'aggiornamento continuo e la partecipazione a progetti di rilevanza internazionale.

Tutti gli ingredienti e gli additivi utilizzati sono presenti nel Catalogo delle materie prime 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.

Ogni lotto prima dell'immissione in commercio viene analizzato in accordo a restrittive specifiche con l'utilizzo di metodi di analisi specifici internazionali.

2. 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.

3. Animal Welfare Act 2006

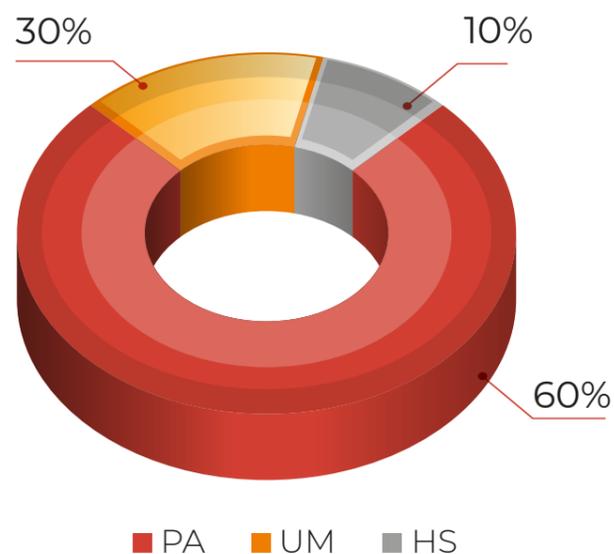
Il Gruppo Candioli sottoscrive le Cinque Libertà stabilite nell'Animal Welfare Act 2006 in relazione al benessere degli animali:

- ▶ 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.

GLI STAKEHOLDERS

2.5

Clients Candioli Italia 2021 per segmento



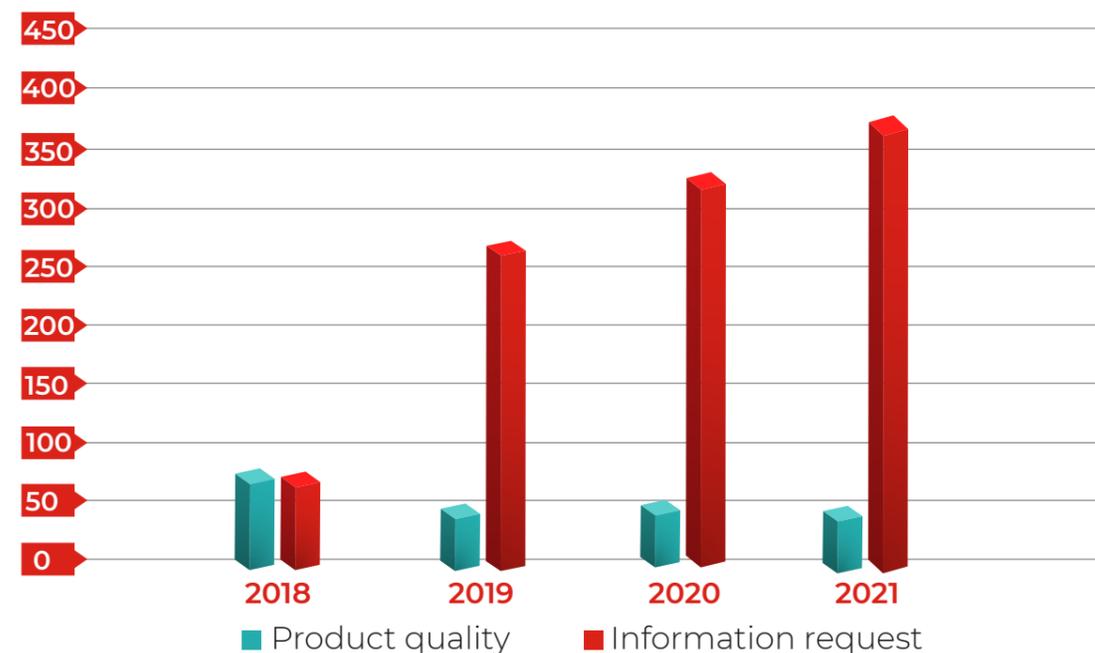
La comunicazione con tutti i clienti italiani, aumentati rispetto al 2020, è garantita da azioni dedicate coordinate sia centralmente, attraverso attività di *direct marketing*, sia capillarmente sul territorio con le reti di Informazione scientifica e la forza vendita.

I clienti esteri, presenti in oltre 50 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*: 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 2021 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.





2.6

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 iscritti nell'anagrafica del Gruppo a fine 2021 sono incrementati del 11% 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 2021 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.

3. PASSIONE

3.1

Candioli trasmette i suoi valori anche attraverso la partecipazione alle attività associative. Tra le partecipazioni stabili si annoverano le 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

3.2

Il Gruppo Candioli sostiene, attraverso donazioni, le realtà appartenenti al Terzo settore presenti sul territorio. Nell'anno 2021 sono state molteplici le offerte di propri prodotti o denaro destinate a realtà locali.

Il Gruppo Candioli sostiene:

- ▶ AMar Piemonte Onlus Associazione
- ▶ Parco delle fusa di Chieri
- ▶ Scuola di Specializzazione in Medicina e Chirurgia del Cavallo del Dipartimento di Medicina Veterinaria
- ▶ CRS Akiyama di Settimo Torinese
- ▶ Lega del filo d'oro
- ▶ Associazione Passione Pappagalli Free Flight
- ▶ Specchio dei Tempi - Tredicesima dell'Amicizia
- ▶ S.I.A.V. Società Italiana Agopuntura Veterinaria
- ▶ Liceo Ginnasio Salesiano Valsalice - VALSATHON 2021
- ▶ Associazione Banco Farmaceutico Research

CRS AKIYAMA DI SETTIMO TORINESE

Nel 2021 il gruppo Candioli ha intrapreso una collaborazione con il CRS Akiyama di Settimo Torinese, prima affiliazione alla federazione nazionale F.I.J.L.K.A.M. (Federazione Italiana Judo Lotta Karate Arti Marziali) diventandone sponsor. Akiyama Settimo promuove, sviluppa e diffonde il judo, sport altamente socializzante e intriso di valori morali (il rispetto di sé stessi e degli altri, la disciplina, l'amicizia, il coraggio, l'umiltà e lo stare insieme). Molti dei ragazzi nati e cresciuti nella palestra CRS Akiyama sono entrati a far parte dei gruppi sportivi militari, dei gruppi professionistici e dei gruppi della nazionale italiana di judo donando alla piccola realtà piemontese una notorietà indiscussa.



LEGA DEL FILO D'ORO

Il gruppo Candioli ha aderito al progetto solidale "Oltre i limiti" promosso dalla Lega del filo d'oro, Fondazione Onlus storicamente impegnata in attività di assistenza, educazione, riabilitazione delle persone sordocieche e pluriminorate psicosensoriali e delle loro famiglie. Candioli si impegna così a finanziare trattamenti specialistici, attività riabilitative e interventi precoci per recuperare queste disabilità.



ASSOCIAZIONE PASSIONE PAPPAGALLI FREE FLIGHT

Altra associazione del territorio sponsorizzata da Candioli è stata l'associazione Passione Pappagalli Free Flight. La scuola condivide la grande passione per gli animali sostenuta dal gruppo Candioli, offrendo percorsi di volo in libertà e di miglioramento del rapporto col proprietario tenuti da professionisti del settore aviario, dell'etologia del pappagallo e del training. Il progetto è patrocinato anche dal Ministero per la sperimentazione come pet therapy dei pappagalli per i bambini autistici e per gli anziani con Alzheimer.



SPECCHIO DEI TEMPI - TREDICESIMA DELL'AMICIZIA

Ogni anno molti sono gli anziani che si trovano soli, fragili e con difficoltà economiche, situazioni amplificate con l'arrivo della pandemia di Covid. Così ogni Natale dal 1976 la fondazione piemontese lo Specchio dei tempi distribuisce agli anziani bisognosi le Tredicesime dell'Amicizia, aiuti concreti per far fronte a bollette, spese, affitti. Anche Candioli ha contribuito per donare un po' di speranza e sollievo in questi momenti difficili.





3.3

Tutti i dipendenti di Candioli Pharma hanno contribuito alle attività aziendali con continuità grazie a passione e

Grazie a impegno e passione delle proprie risorse, la Candioli Pharma continua a raggiungere ottimi risultati economici. Questo ha permesso all'azienda di riconoscere a tutti i dipendenti, per il secondo anno consecutivo, una premialità di 1.000 euro, corrisposta sotto forma di beni, servizi e prestazioni in *welfare*.

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.

3.4

Il Gruppo Candioli crede sia fondamentale la comunicazione interna e per questo si adopera al fine di rendere sempre più efficace 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. Nel 2021 l'attività di comunicazione da parte della Proprietà è stata potenziata e periodicamente ogni lavoratore/collaboratore ha avuto modo di essere aggiornato sull'andamento aziendale, sulle evoluzioni del business, sulle scelte rispetto a iniziative a cui l'azienda ha partecipato.

3.5

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. La figura dell'ISF riveste per Candioli 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. Gli aspetti commerciali sono poi una conseguenza del rapporto su base scientifica che si crea tra le parti.

Candioli continua a mantenere attivo il sito di Vetcampus offrendo ai veterinari sezioni dedicate alla formazione e condivisione di materiale scientifico.

Candioli Pharma intende infatti accompagnare nella pratica quotidiana il veterinario, fornendogli, grazie a Vetcampus.it, un programma dedicato alla formazione costante e gratuita. 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 è suddiviso in due parti, caratterizzate da due anime diverse:

- ▶ Vetcampus
- ▶ Vetcommunity

vetcampus

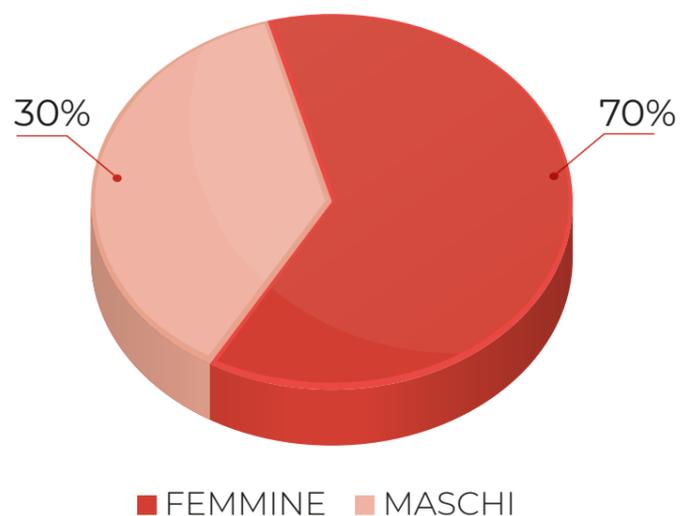
Vetcampus racchiude al suo interno la possibilità di creare un account completamente gratuito, attraverso la propria mail, che dà diritto all'accesso a vari contenuti di webinar e case history.

Nell'arco del 2021, sono stati condotti 2 webinar parallelamente alla pubblicazione di 18 case history grazie alla collaborazione con key opinion leaders rilevanti a livello nazionale e medici veterinari specializzati in settori specifici.

vetcommunity

Vetcommunity, è l'altra faccia del sito 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 a percorsi formativi, geolocalizzazione su mappa degli informatori scientifici, l'elenco dei prodotti del listino della linea piccoli animali e infine sconti e attività promozionali.

Genere per Iscritti a Vetcampus



FORMAZIONE PROFESSIONALE

Candioli adotta diverse tipologie di programmi di formazione aziendale, a seconda degli obiettivi da perseguire.

Il primo passo riguarda il processo di onboarding che è stato strutturato durante il 2021. Questa modalità di formazione inizia subito dopo l'arrivo di nuovi dipendenti sul posto di lavoro e continua fino a quando non sono in grado di svolgere il proprio lavoro in autonomia. E ha lo scopo di semplificare l'adattamento dei nuovi dipendenti ai processi dell'azienda, aiutandoli a prendere confidenza con gli strumenti di lavoro e a raggiungere gli obiettivi produttivi rapidamente. Il processo prevede formazione ai neoassunti



sull'azienda e su quali sono la storia, la mission, la visione e i valori aziendali, insieme alle politiche e ai regolamenti interni.

La novità sulla formazione del 2021 riguarda un progetto rivolto ai giovani talenti.

Il percorso prevede un primo step che le risorse incomincino a ricevere formazione on the job a diretto contatto con la linea produttiva nei reparti di miscelazione e confezionamento, il secondo step prevede un passaggio in altre aree aziendali al fine di ricevere una formazione interfunzionale. Al termine del periodo di formazione la risorsa con potenziale andrà a ricoprire una nuova posizione in azienda mettendo a frutto l'esperienza maturata.

Inoltre, 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.

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.

Compresi nelle molteplici attività di formazione si ritrovano 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 con **Università degli studi di Torino**, Istituti di Istruzione Superiore e Scuole di formazione.

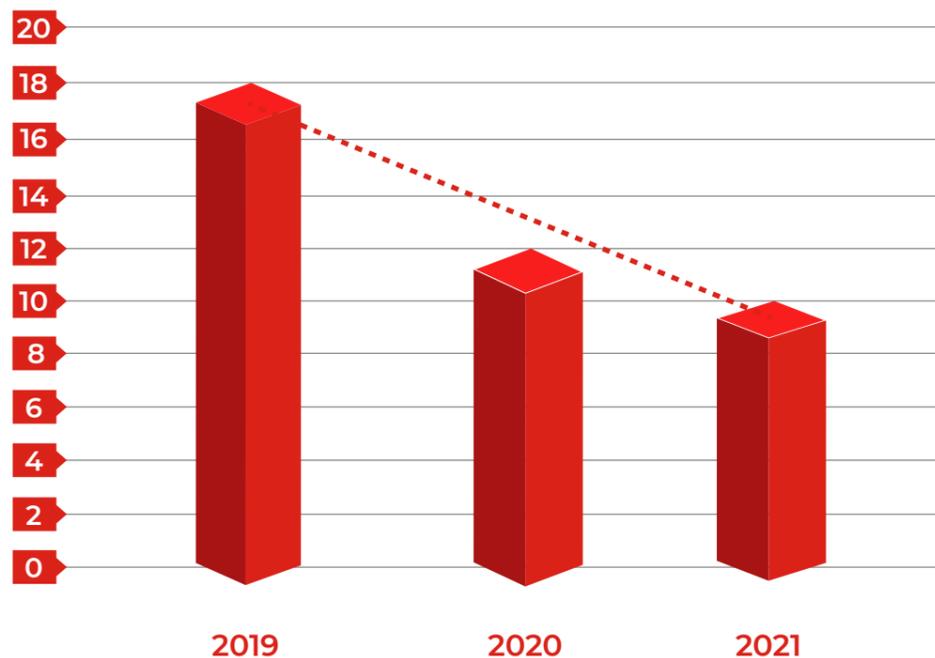
Candioli dedica risorse per la formazione culturale e professionale dei propri dipendenti anche in riferimento alle problematiche e alle metodologie relative alle funzioni, ai processi e alle strategie aziendali. Le ore di formazione pro-capite sono considerevolmente aumentate negli anni. La formazione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

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



Nonostante la riduzione del numero di stage in presenza dovuta al Covid-19, Candioli si è impegnata a mantenere tirocini da remoto per continuare a fornire la possibilità agli studenti di avvicinarsi al mondo del lavoro pur assicurando le condizioni necessarie di sicurezza sanitaria.

3.6

Il successo del Gruppo non dipende solo dal management e dai suoi collaboratori ma anche dalla gestione delle risorse umane che devono essere motivate per cercare di creare un team che lavori sinergicamente per il conseguimento degli obiettivi aziendali.

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.

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, la flessibilità.

Al 31 dicembre 2021 risultano in forza nel Gruppo Candioli 81 dipendenti, +10% rispetto al 31 dicembre 2020.

Il personale è assunto per l'83% con contratto a tempo indeterminato, 13% con contratto a tempo determinato e il 4% in apprendistato nel caso di giovani.

La maggioranza del personale del Gruppo Candioli è femminile, 45 donne (in aumento rispetto all'anno precedente). Di seguito si riportano alcuni dati di sintesi volti a fornire

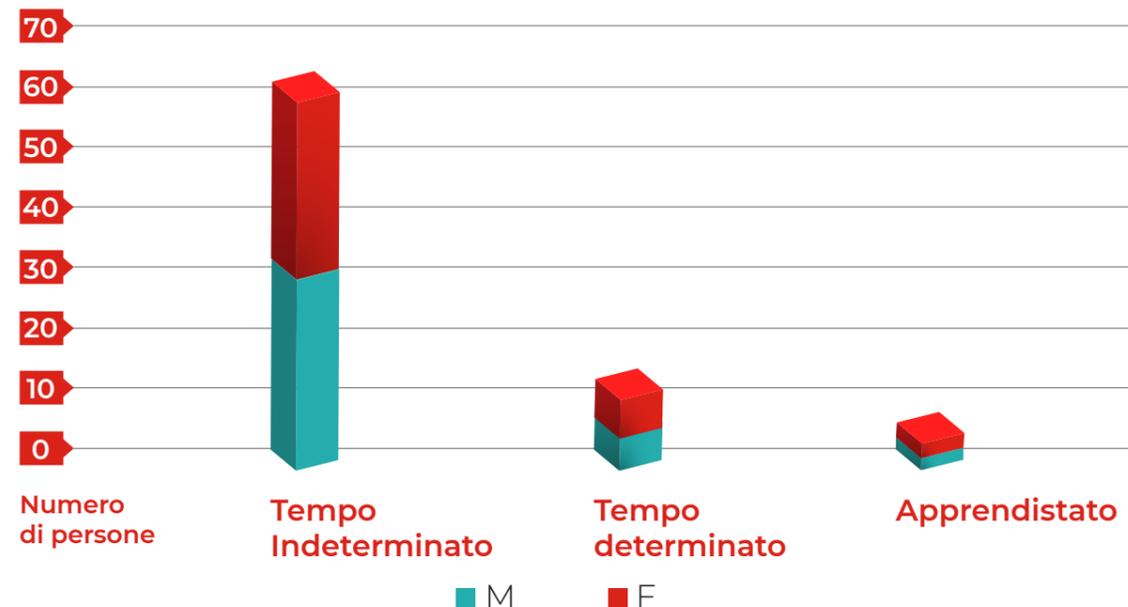
una panoramica completa all'interno della composizione del personale.

Nel 2021 si è introdotto l'utilizzo dello strumento della flessibilità dell'orario, che per l'azienda vuol dire avere dipendenti più soddisfatti, il che, di solito è sinonimo di maggiore produttività. Se il lavoratore può pianificare la sua giornata a seconda delle sue esigenze, il datore di lavoro avrà molto meno assenteismo, minore richiesta di permessi e riduzioni dei ritardi.

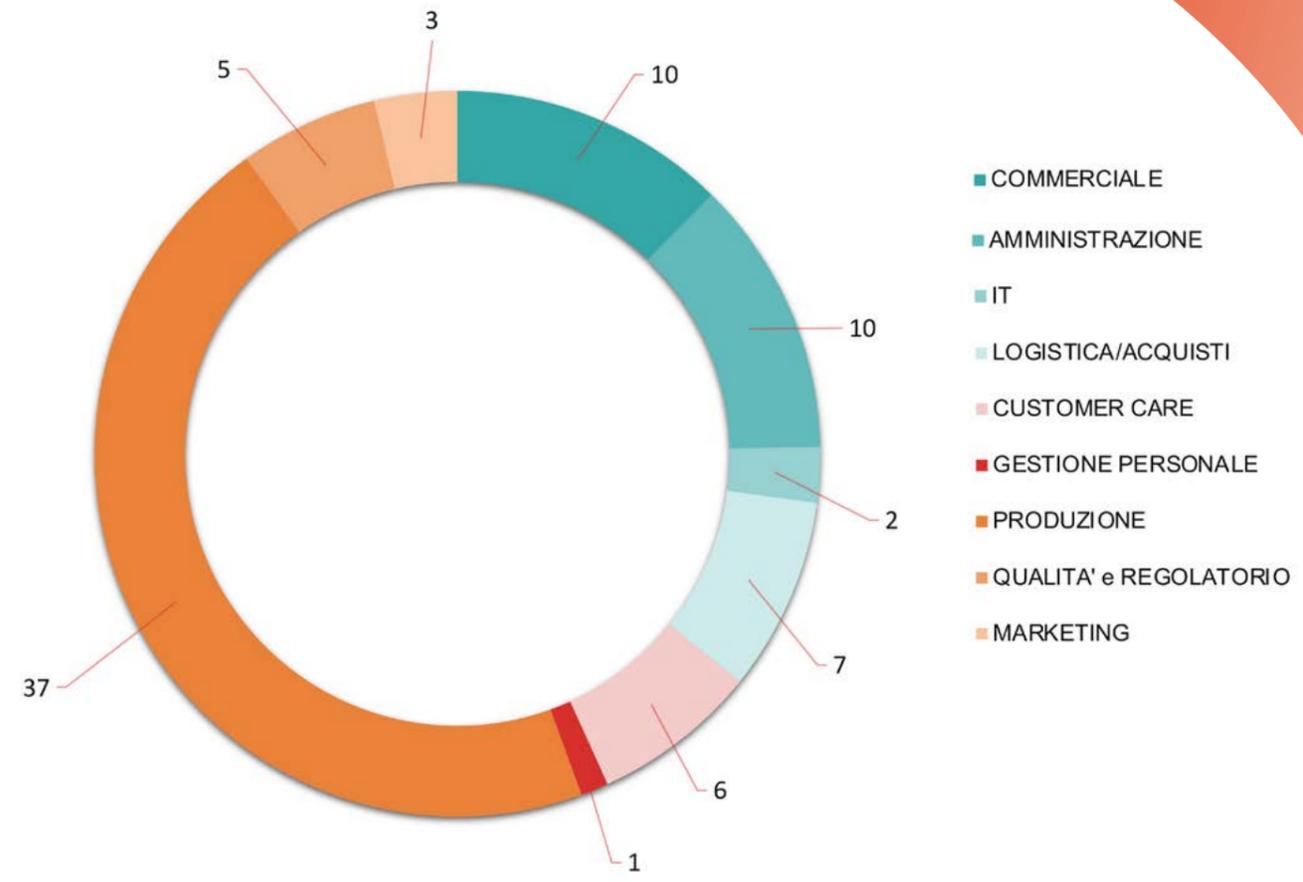
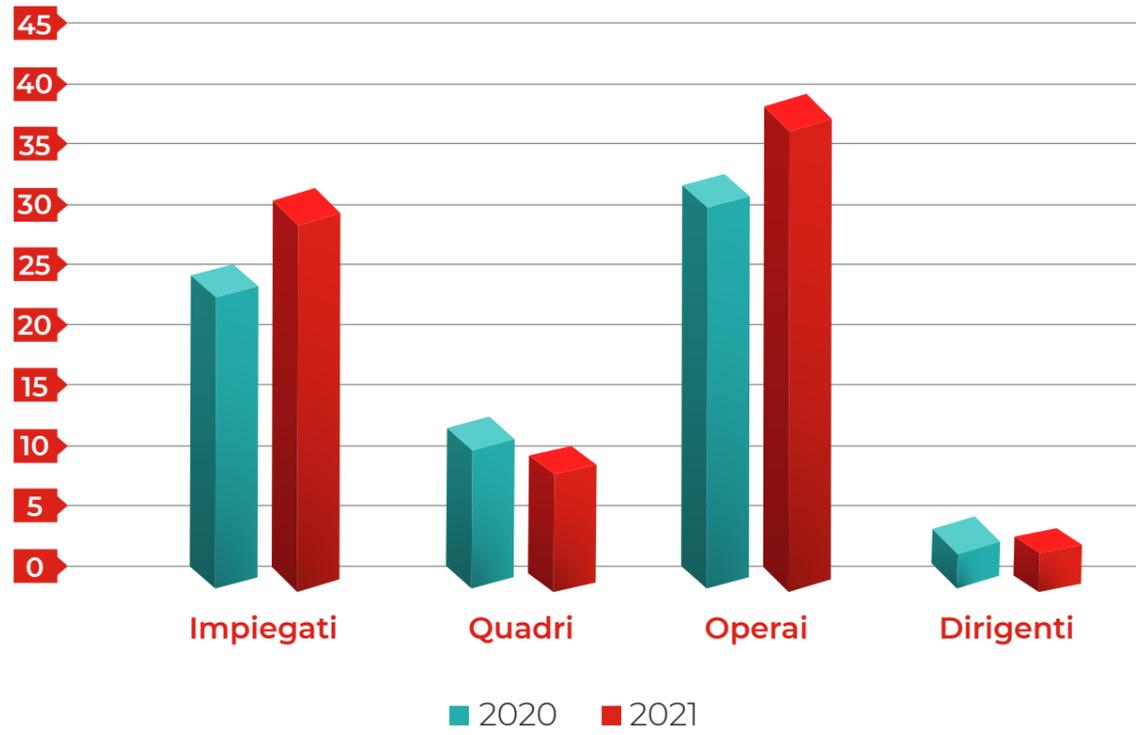
Tipo Contratto



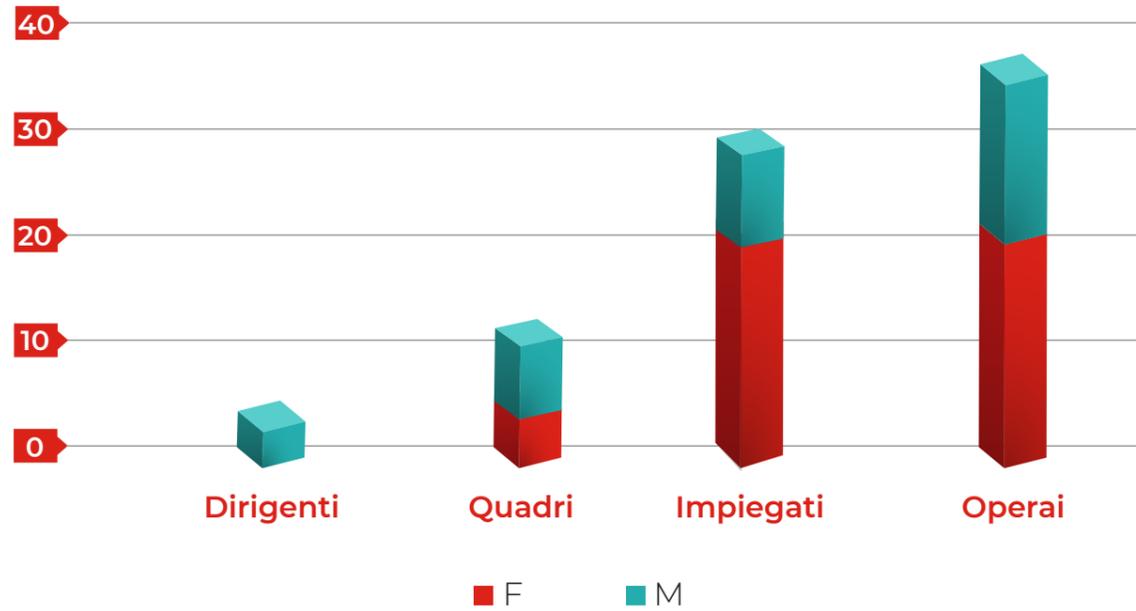
Genere per Contratto 2021



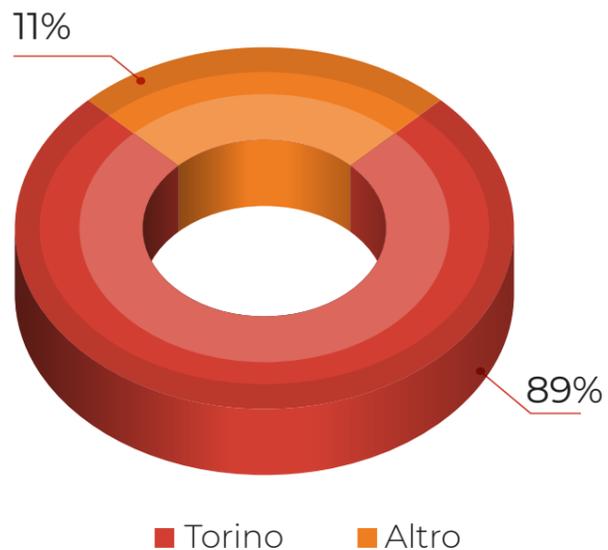
Qualifica



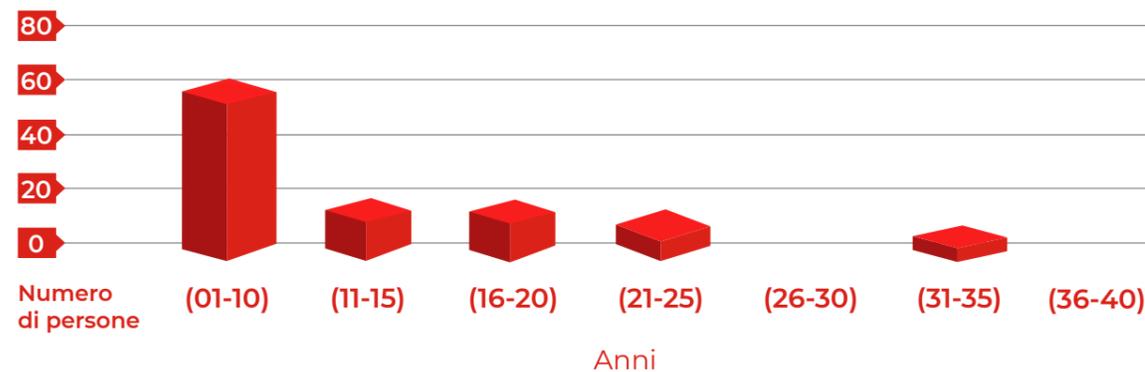
Genere per qualifica 2021



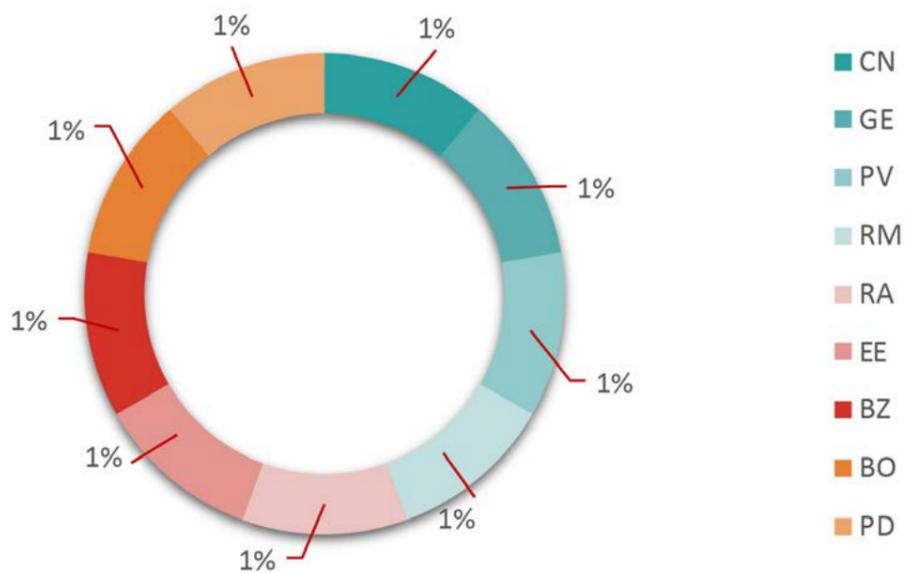
Provincia di residenza dipendenti



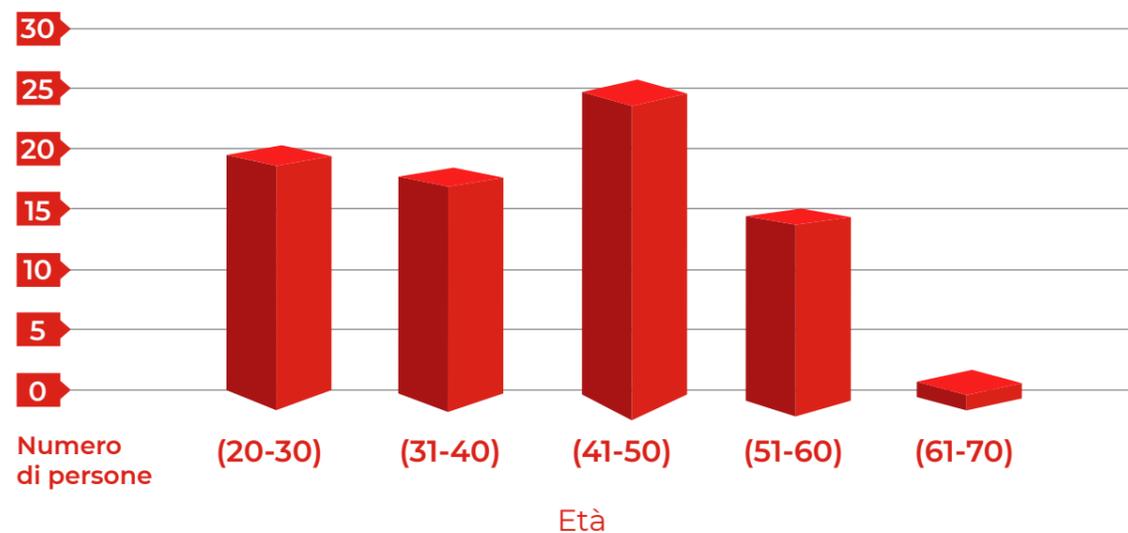
Anni di servizio



Provincia di residenza fuori Torino



Ripartizione dipendenti per età



2022



2021

“L'azienda offre opportunità di crescita interna” a cui hanno risposto positivamente (con un punteggio uguale o superiore a 3) il 71,1% dei dipendenti.

Rispetto allo scorso anno le domande riproposte hanno riscontrato dei valori superiori: tuttavia, è necessario tenere in considerazione che il numero di partecipanti alla survey si è ridotto da 71 a 45. Dall'analisi dei risultati della domanda introdotta circa le opportunità di crescita interna, è inoltre emersa una nuova area di miglioramento.

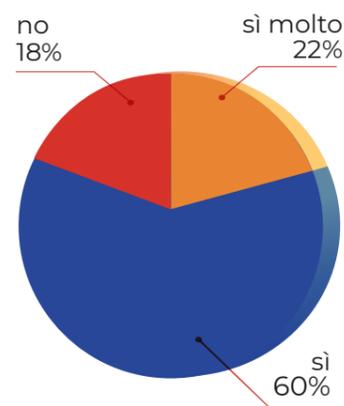
Quest'anno è stata aggiunta anche l'area **FLESSIBILITÀ E INNOVAZIONE** al fine di valutare se i dipendenti reputano vantaggiose le novità introdotte in azienda. In particolare, alla domanda “Trovo migliorativo usare il nuovo portale risorse umane” l'82,2% dei dipendenti ha risposto positivamente con un punteggio uguale o superiore a 3, così come il 91,1% ha indicato la stessa valutazione alla domanda “Trovo sia facile accedere e gestire il mio cartellino presenze in autonomia”. Anche l'ultima domanda presentata in questa sezione ha raccolto punteggi positivi (uguale o superiore a 3) dal 79% dei dipendenti.

Da questa analisi, è possibile evidenziare come le innovazioni introdotte durante l'anno 2021 siano state accolte in modo positivo e abbiamo facilitato la vita aziendale dei dipendenti.

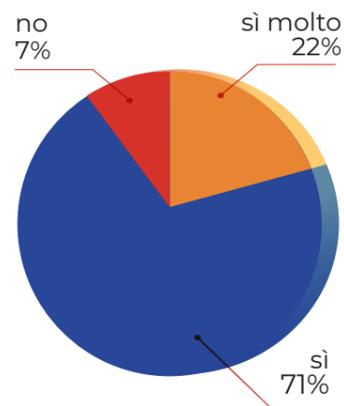
È infine stata riconfermata la necessità da parte dei dipendenti di un'azienda più organizzata internamente che faciliti il lavoro in gruppo. Rispetto alla survey sottoposta a fine 2020, è possibile evidenziare come invece la comunicazione interna abbia riscontrato valutazioni maggiormente positive.

Attività e competenza

Sento di essere personalmente realizzato nel mio lavoro

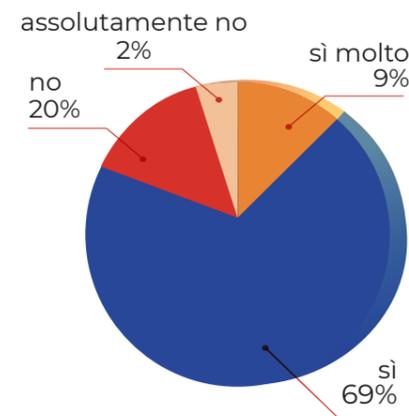


Ho le competenze adeguate allo svolgimento del mio lavoro

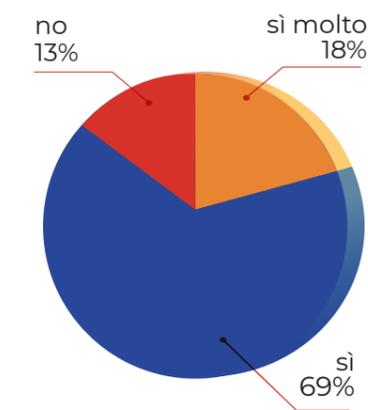


Mansioni

Il mio lavoro è chiaramente definito e mi permette di utilizzare tutte le mie capacità e conoscenze

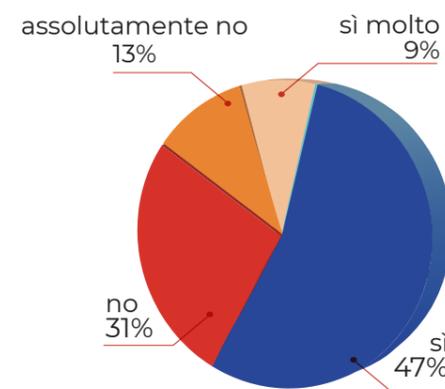


Mi sento responsabilizzato sulla qualità e sui tempi dei risultati relativi al mio lavoro

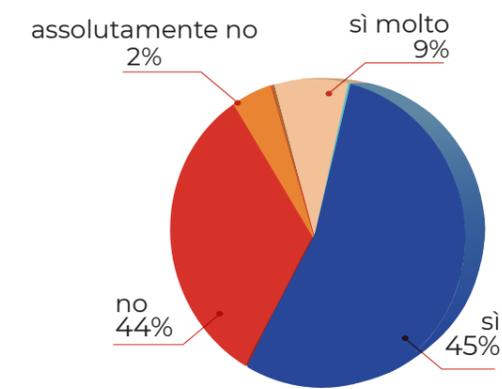


Organizzazione

Il lavoro è ben pianificato e questo mi permette di raggiungere gli obiettivi previsti



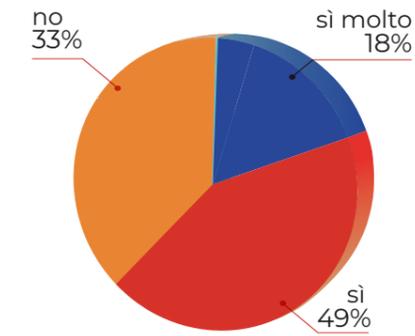
L'azienda è adeguatamente organizzata



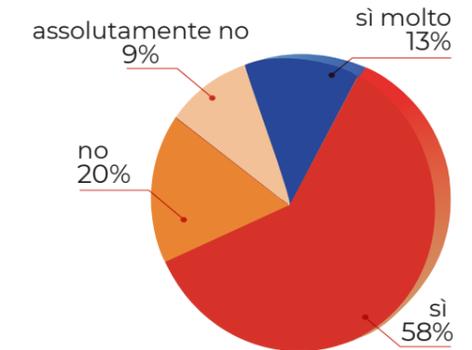


Comunicazione

Sono informato sullo sviluppo, sui progetti e sui risultati aziendali

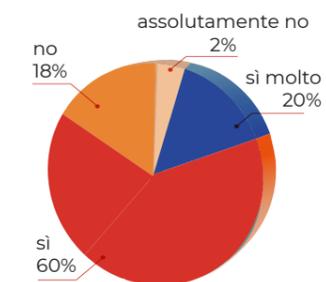


La comunicazione è efficace; c'è un adeguato scambio di informazioni fra dipendenti e datori di lavoro

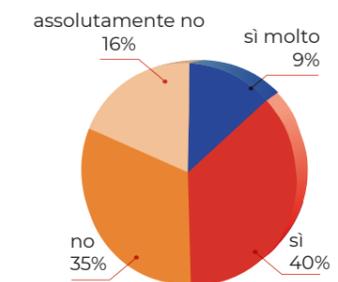


Gruppi

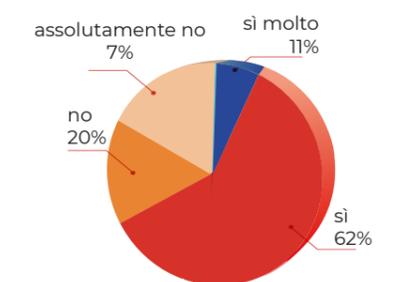
Viene incoraggiato il lavoro di gruppo



C'è un adeguato spirito di squadra tra i dipendenti della mia azienda



Sento di fare parte di una squadra che collabora per raggiungere obiettivi comuni





4. INNOVAZIONE

4.1

Il processo di creazione del valore è perseguito dal gruppo Candioli puntando sulla qualità e l'innovazione costante dei prodotti. L'obiettivo è quello di anticipare i bisogni e di assumere un approccio imprenditoriale per identificare nuove opportunità e soluzioni 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 stakeholders.

4.2

Ritenendo la definizione della giusta strategia aziendale fondamentale per l'intera azienda, il Gruppo Candioli ha definito la sua nei seguenti punti chiave, su cui si concentra con focus ed energia quotidianamente:

- ▶ Continuare a sviluppare prodotti innovativi che migliorino la qualità della vita di animali e persone, fornendo nuovi ed efficaci strumenti a veterinari e proprietari
- ▶ Lavorare con passione e mantenere un approccio imprenditoriale, al fine di soddisfare le esigenze presenti e future di clienti, collaboratori e dipendenti
- ▶ Esportare a livello europeo la leadership di mercato che Candioli detiene in Italia, promuovendo il made in Italy nel mondo dei pet
- ▶ Essere tra i protagonisti della "rivoluzione green", migliorando al tempo stesso i propri prodotti e il proprio modo di produrre
- ▶ Migliorare la comunicazione interna ed esterna, per rendere partecipi tutti gli stakeholder delle attività intraprese.

PERFORMANCE ECONOMICA

4.3

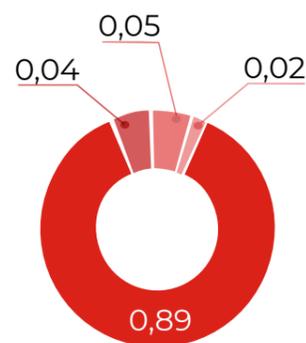
Il 2021 ha confermato la crescita di Candioli vista nel 2020, dando ulteriore evidenza di come l'azienda sia capace di interpretare ed affrontare le dinamiche economiche e finanziarie dei contesti in cui si trova ad operare, rispondendo con tempestività ai cambiamenti del mercato e dei bisogni dei clienti con l'eccellenza nello sviluppo e nella produzione dei propri prodotti.

Nel 2021 il valore della produzione è di oltre 26 milioni di euro, superando del 16% il dato dell'anno precedente e di quasi il 50% il dato del 2019. La crescita è riconducibile ad una buona performance sia in ambito nazionale che internazionale.



Il fatturato Italia rappresenta il 75% del fatturato totale, con una crescita del 20% rispetto al 2020. Il core business si conferma essere la linea veterinaria con i suoi best seller: i mangimi complementari per i piccoli animali da compagnia.

Fatturato per Linea



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

CANDIOLI NEL MONDO

I nostri prodotti sono esportati in più di 50 paesi.

Nel 2021 il fatturato estero di Candioli è aumentato del 25% rispetto al 2020, confermando la tendenza positiva vista il precedente esercizio. Il fatturato estero è destinato ad aumentare ancora negli anni a venire grazie ai numerosi accordi che Candioli sta siglando con nuovi distributori esteri, in mercati in cui non è ancora presente.

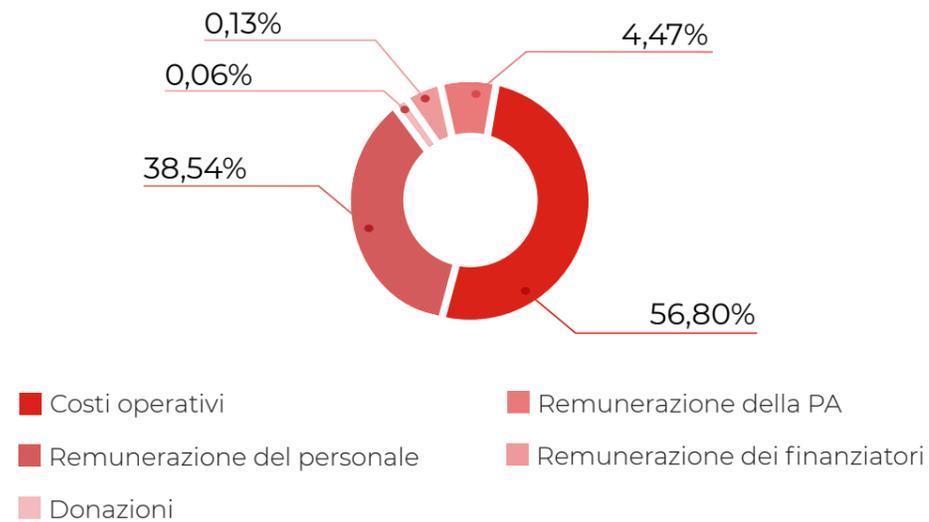
Il prospetto di ripartizione del valore economico generato è stato realizzato attraverso una riclassificazione delle voci del Conto Economico Consolidato e rappresenta la ricchezza prodotta e ridistribuita dal Gruppo. In particolare, il prospetto presenta l'andamento economico della gestione e la ricchezza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

Nel 2021 il valore economico generato è stato di oltre 26 milioni di euro (+20% rispetto al 2020). Il valore destinato agli stakeholder è di circa 22 milioni di euro. Il 56% circa del valore economico distribuito è destinato a coprire i costi operativi, tra cui i costi relativi a materie prime, sussidiarie e delle merci, i costi per i materiali ed i servizi esterni, i costi per gli affitti e le royalty sull'utilizzo dei marchi. La restante fetta del valore distribuito è dedicata nella misura del 39% circa, ai collaboratori, dipendenti e forza vendita; lo 0,1% è destinato ai finanziatori sotto forma di oneri finanziari, mentre quasi il 5% va alla Pubblica Amministrazione sotto forma di tasse e imposte. Le donazioni effettuate direttamente dal Gruppo sono pari a circa 30.000 euro.

Valore economico generato



Valore economico distribuito



CREAZIONE DEL VALORE SOSTENIBILE

4.4

L'impronta di carbonio è un parametro utilizzato per stimare le emissioni di gas serra causate da un prodotto, da un servizio, da un'organizzazione, da un evento o da un individuo, espresse generalmente in tonnellate di CO₂ equivalente.

Permette di determinare gli impatti ambientali che le attività di origine antropica hanno sul cambiamento climatico e, quindi, sul surriscaldamento del pianeta.

Il Gruppo Candioli, da sempre attento a questi aspetti, ha deciso di intraprendere un percorso di analisi delle proprie emissioni dirette ed indirette che si protrarrà anche per tutta la durata dell'anno 2022.

L'obiettivo sarà quello di definire programmi di riduzione e di compensazione delle emissioni di gas serra, andando a ridurre il proprio impatto ambientale e operando in maniera sempre più sostenibile.

4.5

Nel 2021, Candioli Pharma ha iniziato a implementare il nuovo ERP interconnesso con WMS e MES. Il progetto, iniziato nel 2020, si è concluso con l'effettivo passaggio di ERP nel 2022.

Il nuovo sistema ha permesso di migliorare l'efficienza delle attività di tutto il processo aziendale dalla produzione alla vendita. La trasformazione digitale in particolare ha previsto:

- ▶ una maggior digitalizzazione della forza vendita, con l'attivazione di nuovi strumenti di interfaccia con la clientela: l'implementazione del programma BeGood e del sistema ERP Infinity ha permesso una migliore gestione degli ordini;
- ▶ la realizzazione di una nuova piattaforma per i servizi Risorse Umane (HR), che garantisca la massima efficienza nei processi e che sia fruibile da ciascun dipendente. In particolare, si ha la possibilità di gestire in completa autonomia le richieste e le proprie attività aziendali;
- ▶ l'implementazione di un'interfaccia 4.0 sulle linee produttive al fine di migliorare il controllo della produzione, la gestione delle attività e la manutenzione stessa dei macchinari.

Il processo di digitalizzazione, oltre all'introduzione del nuovo sistema gestionale, prevedrà l'introduzione di una piattaforma di comunicazione digitale condivisa, per l'erogazione di webinar di formazione e marketing.

Gestione dei dati e cyber security:

Nell'anno 2021 il Gruppo Candioli ha proseguito il percorso di digitalizzazione, intrapreso nell'anno 2020, intervenendo sulle aree ad elevato impatto attraverso aggiornamenti tecnologici e organizzativi.

L'avanzamento tecnologico dei processi ci ha permesso di garantire una maggiore qualità e la sicurezza dei dati trattati.

Al fine di prevenire cyber attacchi, per il 2022 è inoltre prevista una verifica approfondita della sicurezza dei sistemi informatici.

Proposti per anno 2022:

- ▶ Istituzione di una Academy
- ▶ Partnership con charity del territorio locale
- ▶ Maggiore formazione sulla sicurezza
- ▶ Potenziamento smart permanente

AMBIENTE E SICUREZZA

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.

4.6

Regole in materia di politica ambientale ed energetica

Nel 2021 l'Azienda ha messo in atto un progetto di digital transformation che ha permesso la riduzione dell'utilizzo di carta ed una archiviazione digitale della gran parte dei documenti.

Nell'anno 2021 i quantitativi di cancelleria acquistata sono rimasti invariati, ma considerando il consistente aumento del personale, si può dedurre una riduzione dei consumi. Inoltre, Candioli investe periodicamente anche nell'ammodernamento dei propri impianti e macchinari produttivi, a partire dalle caldaie fino ai macchinari di produzione, in un'ottica di risparmio energetico.



Packaging prodotti

Perseguendo il modello di business sostenibile, Candioli Pharma impiega packaging, imballi e materiali informativi certificati PEFC.

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

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.

Il Gruppo Candioli ha aggiunto il logo PEFC 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.

4.6.1

Il Gruppo Candioli ha in programma di modificare la procedura di smaltimento dei rifiuti e degli scarti di produzione.

I rifiuti come carta e plastica verranno raccolti e smaltiti attraverso il servizio di raccolta differenziata, mentre gli scarti di produzione verranno smaltiti tramite codice CER e suddivisi in:

- Materiali contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze;
- Rifiuti organici contenenti sostanze pericolose.

Inoltre, l'Azienda si sta attivando per aderire al più grande servizio Europeo per il riciclo dei liner in carta, Cycle4green: azienda fondata in Finlandia specializzata in tecnologie di riciclo di materiali in carta siliconata.

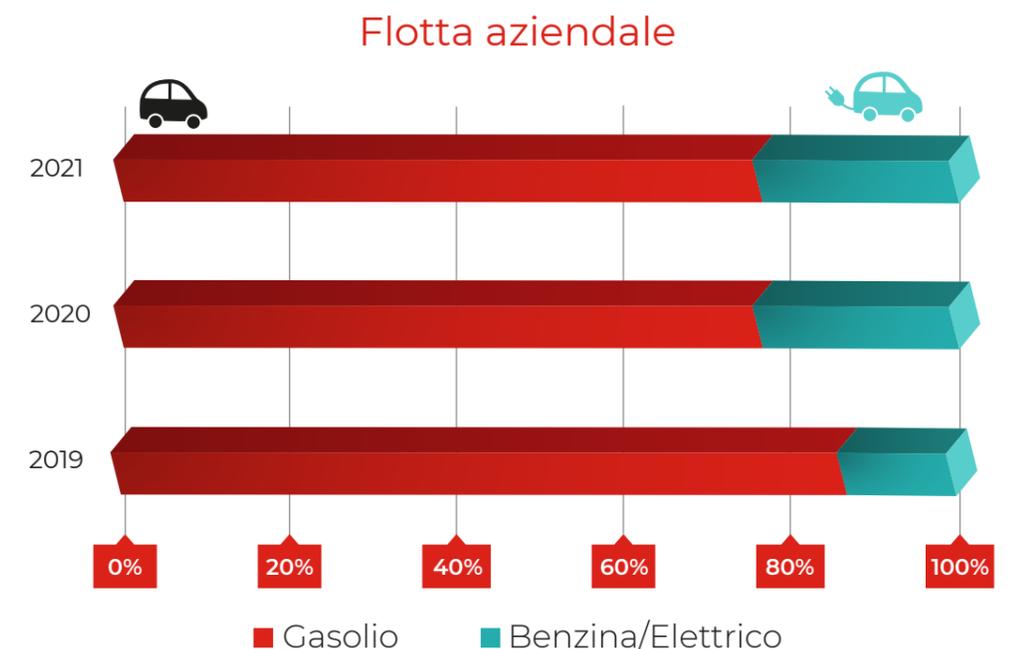
Per ogni tonnellata di rifiuto riciclato si stima un risparmio di emissioni di CO₂ pari a 2,02 tonnellate.

Questo progetto rientrerà nelle attività di riduzione delle emissioni di CO₂ a seguito dell'analisi della Carbon Footprint.

Un ulteriore intervento previsto per il 2022 è legato alla riduzione dei rifiuti attraverso la sostituzione dei camici monouso, utilizzati in produzione, con camici lavabili e riutilizzabili. Questo intervento permetterà di eliminare il monouso riducendo drasticamente il quantitativo di rifiuti smaltiti.

4.6.2

Nel corso degli ultimi anni l'interesse si è spostato verso auto a minor impatto ambientale e con alimentazione ibrida. Nel 2021 non sono state acquistate nuove vetture e per questo la flotta aziendale risulta identica al 2020.



4.7

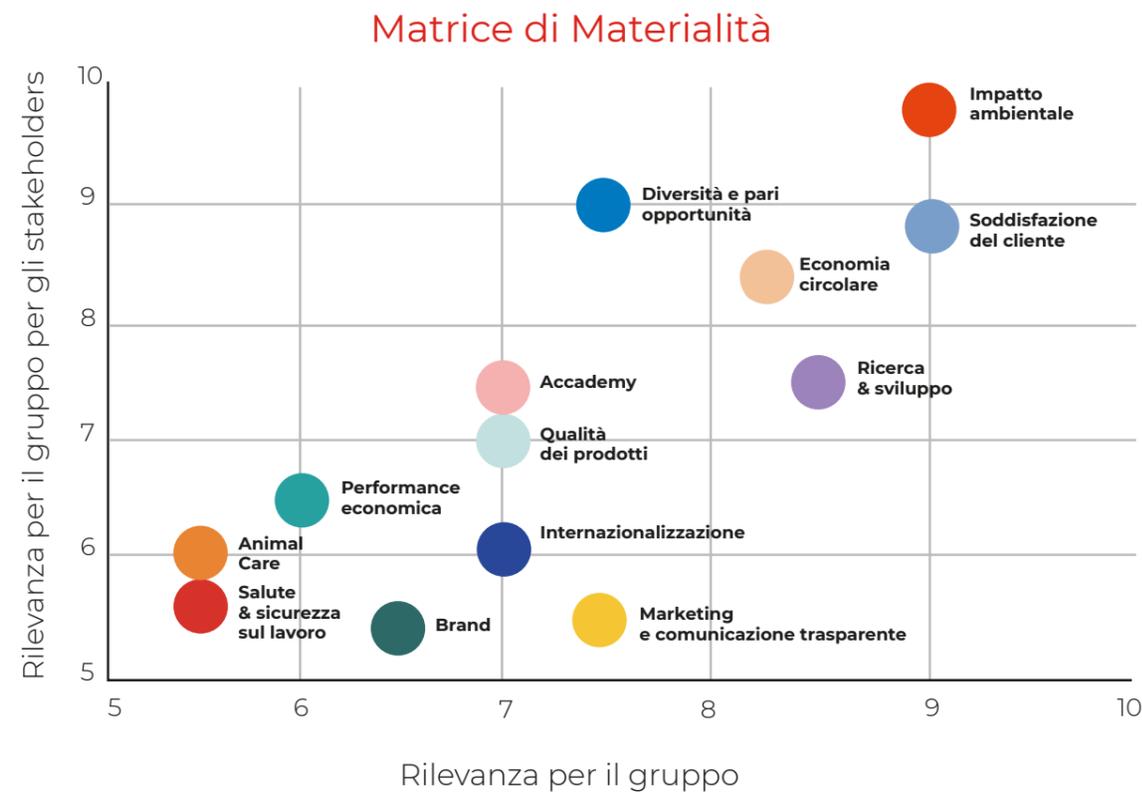
Durante l'anno 2021 gli infortuni sono diminuiti, passando da 3 infortuni non gravi del 2020 ad uno non grave del 2021.

Il Gruppo Candioli, attraverso programmi di informazione e formazione aggiuntivi, si impegna nel cercare di ridurre il più possibile gli infortuni sul luogo di lavoro.

Inoltre, per l'anno 2022, è in programma la creazione di una casella di posta elettronica alla quale ogni dipendente dell'Azienda potrà inviare segnalazioni inerenti la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Queste segnalazioni verranno prese in considerazione per effettuare interventi di miglioramento delle condizioni di sicurezza, andando così a prevenire eventuali incidenti o infortuni.

4.8



INNOVAZIONE

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	Ricerca 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	Ricerca 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.



GRI CONTENT INDEX		
GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA E NOTE/LIMITAZIONI
GRI 102 : INFORMATIVA GENERALE (2016)	PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE	
	GRI 102-1 Nome dell'organizzazione	Copertina
	GRI 102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	Lettera agli stakeholder; 1.3 Modello di business; 2.4 Cosa facciamo e come lo facciamo; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 102-3 Luogo della sede principale	1.1 Assetto societario; Ultima pagina del Bilancio
	GRI 102-4 Luogo delle attività	1.1 Assetto societario
	GRI 102-5 Proprietà e forma giuridica	1.1 Assetto societario; 1.2 Governance
	GRI 102-6 Mercati serviti	1.3 Modello di business; 2.5 I clienti
	GRI 102-7 Dimensione dell'organizzazione	3.6 I dipendenti e i collaboratori; 4.3 Risultati della gestione – creazione e distribuzione del valore aggiunto;
	GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e altri lavoratori	3.6 I dipendenti e i collaboratori
	GRI 102-9 Catena di fornitura	2.6 I fornitori
	GRI 102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Nel corso del 2021 non sono stati rilevati cambiamenti significativi con riferimento all'organizzazione e alla sua catena di fornitura.
	GRI 102-11 Principio di precauzione	4.6 Emissioni e consumi; 4.7 H&S
	GRI 102-12 Iniziative esterne	3.5 Formazione attiva

	GRI 102-13 Adesione ad associazioni	3.1 Partner e Associazioni
	STRATEGIA	
	GRI 102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli stakeholder
	GRI 102-15 Impatti chiave, rischi e opportunità	1.4 Andamento del settore; 2.4 Cosa facciamo e come lo facciamo; 4.3 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto
	ETICA E INTEGRITÀ	
	GRI 102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	Lettera agli stakeholder 2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 102-17 Meccanismi per avere suggerimenti e consulenze su questioni etiche	1.2 Governance
	GOVERNANCE	
	GRI 102-18 Struttura della governance	1.2 Governance
	GRI 102-21 Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali e sociali	1.2 Governance; 3.3 Condivisione dei risultati con i dipendenti; 3.4 Comunicazione interna e Condivisione degli obiettivi con i dipendenti; 2.5 I clienti; 3.6 I dipendenti e i collaboratori
	GRI 102-22 Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	1.2 Governance
	GRI 102-23 Presidente del massimo organo di governo	1.2 Governance

	GRI 102-24 Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.2 Governance
	GRI 102-25 Conflitti di interesse	1.2 Governance
	GRI 102-26 Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori e strategie	1.2 Governance
	GRI 102-27 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	1.2 Governance
	GRI 102-28 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	1.2 Governance
	GRI 102-29 Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali	1.2 Governance
	GRI 102-30 Efficacia dei processi di gestione del rischio	1.2 Governance
	GRI 102-31 Riesame dei temi economici, ambientali, e sociali	1.2 Governance
	GRI 102-33 Comunicazione delle criticità	1.2 Governance
	GRI 102-34 Natura e numero totale delle criticità	1.2 Governance
	GRI 102-35 Politiche retributive	1.2 Governance
	GRI 102-36 Processo per determinare la retribuzione	1.2 Governance
	GRI 102-37 Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione	1.2 Governance
	GRI 102-38 Tasso della retribuzione totale annua	1.2 Governance

	GRI 102-39 Percentuale di aumento del tasso della retribuzione totale annua	1.2 Governance
	COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDERS	
	GRI 102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	2.5 I clienti 2.6 I fornitori 3.1 Partner e associazioni 3.2 Rapporti con il territorio
	GRI 102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	2.5 I clienti; 3.3 Condivisione dei risultati con i dipendenti; 3.4 Comunicazione interna e Condivisione deli obiettivi con i dipendenti; 3.6 I dipendenti e i collaboratori
	GRI 102-44 Temi e criticità chiave sollevati	4.8 Analisi di materialità
	PRATICHE DI RENDICONTAZIONE	
	GRI 102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	1.1 Assetto societario; 2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica
	GRI 102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 102-47 Elenco dei temi materiali	4.8 Analisi di materialità
	GRI 102-48 Revisione delle informazioni	Non sono state registrate revisioni delle informazioni significative
	GRI 102-49 Modifiche nella rendicontazione	Nel corso del 2021 non sono stati rilevati cambiamenti significativi con riferimento alla rendicontazione.
	GRI 102-50 Periodo di rendicontazione	2.1 scopo, perimetro e nota metodologica

	GRI 102-51 Data del report più recente	2.1 scopo, perimetro e nota metodologica
	GRI 102-52 Periodicità della rendicontazione	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica
	GRI 102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	info@candioli.it
	GRI 102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica
	GRI 102-55 Indice dei contenuti GRI	Indice dei Contenuti GRI Standard
	GRI 102-56 Assurance esterna	La Società per la presente rendicontazione non ha ritenuto di effettuare l'Assurance esterna
GRI 103: APPROCCIO GESTIONALE (2016)	APPROCCIO GESTIONALE	
	GRI 103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
	GRI 103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.1 Scopo, perimetro e nota metodologica; 4.8 Analisi di materialità
GRI 200: ECONOMICO (2016)	PERFORMANCE ECONOMICHE	
	GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	4.3 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto
	IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI	
	GRI 203-2 Impatti economici indiretti significativi	4.3 Risultati della gestione - creazione e distribuzione del valore aggiunto

	PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO	
	GRI 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	2.6 I Fornitori 4.6 Emissioni e Consumi
GRI 300: AMBIENTALE (2016)	MATERIALI	
	GRI 301-1 Materiali utilizzati per peso e volume	4.4 Carbon Footprint 4.6 Emissioni e Consumi
	GRI 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	
	ENERGIA	
	GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	4.6 Emissioni e Consumi
	GRI 302-2 Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	
	GRI 302-3 Intensità energetica	
	GRI 302-4 Riduzione del consumo di energia	
	ACQUA	
	GRI 303-1 Consumo di acqua	4.6 Emissioni e Consumi
	EMISSIONI	

	GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG	4.6 Emissioni e Consumi
	GRI 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	
	GRI 305-3 Altre emissioni indirette di GHG	
	GRI 305-4 Intensità delle emissioni di GHG	
	GRI 305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	
	GRI 305-6 Emissioni di sostanze dannose per ozono	
	GRI 305-7 Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	
	COMPLIANCE AMBIENTALE	
	GRI 307-1 Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Non sono state comminate sanzioni monetarie
	VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI	
	GRI 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	4.4 Carbon footprint 4.6 Emissioni e consumi
	GRI 308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese ambientali	2.6 I Fornitori
GRI 400: SOCIALE (2016)	OCCUPAZIONE	

	GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover	3.6 I dipendenti e i collaboratori
	GRI 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	
	GRI 401-3 Congedo parentale	
	RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT	
	GRI 402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	
	SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	
	GRI 403-1 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.	4.7 H&S
	FORMAZIONE E ISTRUZIONE	
	GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	3.5 Formazione attiva
	GRI 404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	
	GRI 404-3 Percentuale dei dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	

