



BILA NCIO DI SOS TENI BILITÀ

20
25

ALEA FOOD

Alimenti di qualità.

Ci impegniamo a proteggere
il nostro pianeta e le future
generazioni attraverso scelte
aziendali responsabili e sostenibili.



**“In ogni azione responsabile si nasconde il
potere di ispirare un cambiamento globale”**

**Questo Bilancio è la prova che insieme
possiamo fare la differenza**

**Con gratitudine per il vostro esempio,
la Direzione di ALA**

Sommario

NOTA METODOLOGICA	4
LETTERA AGLI STAKEHOLDERS	6
RISULTATI SIGNIFICATIVI 2025	8
CHI SIAMO	10
I NOSTRI VALORI	14
LA NOSTRA MISSIONE	14
LA NOSTRA VISIONE	15
GOVERNO SOCIETARIO	16
ORGANIGRAMMA AZIENDALE	18
CONFORMITÀ E CERTIFICAZIONI	22
LA SOSTENIBILITÀ IN ALEA FOOD S.r.l. [GRI 2-22]	27
GLI STAKEHOLDERS [GRI 2-29]	29
L'ANALISI DI MATERIALITÀ [GRI 3]	32
PROFILO DI GOVERNANCE	36
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO [GRI 204]	37
PROFILO AMBIENTALE	39
LA SENSIBILITÀ AMBIENTALE DI ALEA FOOD S.r.l.	39
MATERIALI [GRI 301]	40
ENERGIA [GRI 302]	43
EMISSIONI [GRI 305]	46
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI [GRI 308]	47
PROFILO SOCIALE	49
IL RISPETTO DELL'UOMO SECONDO ALEA FOOD S.r.l.	49
OCCUPAZIONE [GRI 401]	50
FORMAZIONE E ISTRUZIONE [GRI 404]	53
DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA' [GRI 405]	55
NON DISCRIMINAZIONE [GRI 406]	57
OBIETTIVI	64
GRI INDEX	67

NOTA METODOLOGICA

Il Report di Sostenibilità di Alea Food S.r.l. è un documento annuale di carattere volontario che l'azienda ha deciso di redigere per la prima volta, così da presentare in maniera chiara e trasparente le performance ed i progressi compiuti in merito alle tematiche ambientali, sociali e di governance (ESG) e il contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 (SDGs).

Il documento, pubblicato il 05/06/2026, si riferisce al periodo compreso tra il 1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025 e, salvo diversa indicazione, tutte le informazioni in esso riportate fanno riferimento esclusivamente ad Alea Food S.r.l. e alle sue attività. È disponibile per la consultazione sul sito internet aziendale al seguente indirizzo: www.aleafood.it

La rendicontazione, che al momento non è sottoposta a revisione esterna, è stata sviluppata in conformità ai Sustainability Reporting Standards, pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) ed aggiornati nel 2021, con un approccio "In Reference to", garantendo una comunicazione chiara, strutturata e coerente con le migliori pratiche internazionali di sostenibilità. La scelta di adottare gli Standard GRI consente di fornire un quadro completo sugli impatti economici, ambientali e sociali dell'azienda, rispondendo alle esigenze informative degli stakeholder.

I dati presentati nel Bilancio derivano da sistemi di monitoraggio e reportistica aziendale (consumi energetici, emissioni, gestione delle risorse, performance finanziarie, ecc.) e documentazione ufficiale (es. bilanci finanziari, certificazioni, audit interni ed esterni, ecc.). Dove possibile, i dati del 2025 vengono confrontati con quelli degli anni precedenti per evidenziare le tendenze e le evoluzioni della strategia di sostenibilità dell'azienda.

L'identificazione dei temi trattati all'interno del documento si basa sull'Analisi di Materialità, condotta attraverso il coinvolgimento di stakeholders interni ed esterni. L'analisi ha consentito di individuare le aree prioritarie su cui Alea Food S.r.l. concentra il proprio impegno comunicativo in termini di sostenibilità.

¹ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 2: Informativa Generale 2021"

Alea Food S.r.l. è impegnata a migliorare continuamente il proprio impatto attraverso azioni concrete e misurabili, rafforzando la propria governance e promuovendo un modello di business responsabile e sostenibile.

La persona di riferimento per il Bilancio di Sostenibilità è Casabella Alessandro, Amministratore Delegato di Alea Food S.r.l., raggiungibile al seguente indirizzo mail: acasabella@aleafood.it.

LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Gentili Stakeholders,

Quando abbiamo fondato Alea Food S.r.l., avevamo in mente un'idea semplice, ma forte: fare bene le cose buone. Dare valore al cibo che arriva sulle tavole, rispettare chi lo produce, garantire qualità senza compromessi, ma con un prezzo giusto.

Oggi, quel sogno è diventato un progetto concreto, condiviso e sempre più grande. Il lancio del marchio IMPRONTA racconta la nostra voglia di lasciare un segno positivo: un segno fatto di persone, artigiani, ricette, passione, territorio. Dietro ogni prodotto c'è una storia, una collaborazione, una scelta di rispetto per chi lavora con noi e per chi ci sceglie ogni giorno.

Con l'ampliamento della nostra struttura e la nuova cella da 2.000 mq, abbiamo fatto un investimento importante, non solo economico, ma anche strategico e valoriale. Il servizio di conto deposito che offriamo oggi ci permette di essere ancora più vicini ai nostri partner, supportando in modo concreto sia la grande distribuzione che la ristorazione italiana, con affidabilità, precisione e cura.

In tutto quello che facciamo, mettiamo al centro la sostenibilità: ambientale, sociale, umana. Per noi non è una moda o un obbligo, ma una scelta di responsabilità verso il presente e soprattutto verso il futuro.

Ogni giorno ci confrontiamo con una rete di stakeholder che sono parte del nostro percorso: clienti, fornitori, collaboratori, comunità locali, istituzioni, partner commerciali, artigiani e tante altre realtà che credono, come noi, in un modo diverso e migliore di fare impresa. A tutti loro va il nostro grazie, perché il nostro cammino è anche il loro.

Questo bilancio è un modo per fermarci un attimo, guardare indietro, misurare quanto fatto, ma soprattutto guardare avanti. Il futuro che vogliamo costruire è fatto di passione, concretezza e scelte coraggiose.

E se c'è un'impronta che vogliamo davvero lasciare, è quella che unisce qualità, rispetto e fiducia.

Cordiali saluti,

Casabella Alessandro
Amministratore Delegato

Alea Food S.r.l.





ALEA

TRASPORTO E DISTRIBUZIONE
TEMPERATURA

S.L. SERVIZI
LOGISTICI

RISULTATI SIGNIFICATIVI 2025

Nel corso del 2025, l'organizzazione ha rafforzato in modo significativo il proprio impegno verso la sostenibilità, traducendo i principi ESG in azioni concrete e misurabili. Le iniziative intraprese hanno riguardato in maniera integrata le dimensioni ambientale, sociale e di governance, con l'obiettivo di migliorare le performance complessive, ridurre gli impatti e consolidare un modello di gestione responsabile e orientato al miglioramento continuo.



AMBIENTE

- Primo ottenimento della certificazione ISO14001, inserita all'interno del sistema di gestione integrato
- Installazione di un impianto fotovoltaico da 240 kW
- Avviato un monitoraggio dei consumi energetici



SOCIALE

- Mantenimento della certificazione ISO 45001 ed integrazione della norma nel sistema di gestione integrato



GOVERNANCE

- Mantenimento della certificazione ISO 9001 ed integrazione della norma nel sistema di gestione integrato
- Svolgimento di un rating ESG al fine di ottenere una valutazione numerica complessiva riguardante le performance di sostenibilità.
- Valutazione delle prestazioni ESG dei fornitori

ALCA



CHI SIAMO

Alea Food S.r.l. è un'azienda italiana specializzata nella conservazione e nel trasporto di alimenti freschi e surgelati sull'intero territorio nazionale e parte del territorio europeo. Fondata nel 1998 a Castelnuovo Scrivia (AL) come realtà a conduzione familiare, l'impresa ha progressivamente ampliato le proprie infrastrutture e potenziato la rete logistica, implicando un incontro continuo tra produttori e operatori della ristorazione professionale.

L'obiettivo primario di Alea Food S.r.l. è portare sulle tavole dei consumatori prodotti genuini e di qualità, valorizzando i vantaggi della catena del freddo e servendo un ampio spettro di interlocutori: dalle gastronomie, alle catene della distribuzione, dai grandi gruppi di ristorazione fino ai centri commerciali.

Grazie a oltre 25 anni di esperienza nel settore, Alea Food S.r.l. ha sviluppato solidi punti di forza che ne caratterizzano l'identità: un'attenta selezione e assortimento dei prodotti, puntualità e rapidità delle consegne e un costante impegno nella scelta di fornitori affidabili e nella qualità della merce distribuita. Questi elementi distintivi hanno permesso all'azienda di affermarsi come partner di fiducia e di costruire collaborazioni durature con le principali filiere alimentari a livello nazionale ed internazionale.

L'azienda inoltre sostiene con convinzione il valore dei prodotti italiani, della valorizzazione del territorio e della sostenibilità ambientale come parte integrante della propria identità. Questi principi, visibili all'interno delle attività operative e nella relazione con i partner commerciali, riflettono un modello imprenditoriale attento non solo agli aspetti logistici e distributivi, ma anche alla responsabilità sociale e ambientale della catena alimentare.



Tra le tappe fondamentali del percorso aziendale di Alea Food S.r.l. si annoverano:



Questi avvenimenti rappresentano alcuni dei momenti significativi nella storia e nello sviluppo di Alea Food S.r.l. nel suo percorso nel settore alimentare.



I NOSTRI VALORI

Le attività di Alea Food S.r.l. sono contraddistinte da un approccio etico che può essere riassunto nei seguenti valori:

- Responsabilità operativa
- Affidabilità nelle relazioni
- Cura del processo
- Disciplina professionale
- Mentalità costruttiva
- Discrezione e rispetto
- Cultura dell'ascolto
- Attenzione al dettaglio

LA NOSTRA MISSIONE

La nostra missione è creare valore alimentare autentico, partendo dall'idea, passando per la ricetta, fino al prodotto finito.

In Alea Food S.r.l. non ci limitiamo a distribuire, ma ideiamo, progettiamo e sviluppiamo ricette originali all'interno del nostro ufficio tecnico, selezionando con cura le materie prime e definendo ogni dettaglio in funzione della qualità, della conservabilità e del gusto.

Coinvolgiamo artigiani e laboratori italiani di eccellenza, con i quali instauriamo una collaborazione diretta: li supportiamo nella realizzazione, affiancandoli in ogni fase del processo produttivo – dalla fornitura degli ingredienti fino ai controlli qualità – garantendo così coerenza tra l'idea iniziale e il risultato finale.

Il nostro lavoro è quello di essere un ponte attivo tra progettazione alimentare e produzione, tra territorio e mercato, tra tradizione ed esigenze contemporanee. Ogni

prodotto che nasce con noi è frutto di un metodo che unisce creatività, competenza tecnica e rispetto per le persone con cui lavoriamo.

In Alea Food S.r.l. innoviamo ogni giorno, non per inseguire le tendenze, ma per anticipare bisogni reali e dare risposte concrete a chi cerca bontà, affidabilità e valore aggiunto in ogni fornitura.

LA NOSTRA VISIONE

Immaginiamo un futuro in cui il cibo non sia solo consumo, ma cultura condivisa, rispetto per chi lo produce e scelta consapevole per chi lo porta in tavola.

Vogliamo essere un punto di riferimento per chi cerca nel settore alimentare non solo prodotti, ma soluzioni: una rete solida e trasparente, capace di unire idee, persone e processi, generando valore reale e duraturo.

La nostra visione è quella di un'azienda che cresce rimanendo fedele a sé stessa: concreta, operosa, capace di innovare senza rincorrere le mode, costruendo ogni giorno – con umiltà e determinazione – un sistema in cui le relazioni contano quanto i numeri.

Sogniamo un'industria alimentare che dialoghi con il territorio, che semplifichi la vita ai produttori, che alleggerisca la filiera e che arrivi fino al consumatore finale con un messaggio chiaro: mangiare bene è possibile, senza compromessi.

Il nostro sguardo è rivolto lontano, ma i nostri piedi sono ben piantati nel presente: vogliamo lasciare un'impronta fatta di scelte consapevoli, soluzioni intelligenti e collaborazioni autentiche.

GOVERNO SOCIETARIO

Alea Food S.r.l. adotta un modello di governo societario strutturato e trasparente, orientato a garantire una gestione efficace, il rispetto delle normative vigenti e la creazione di valore sostenibile per tutti gli stakeholder. L'azienda è guidata da un Consiglio di Amministrazione, responsabile della definizione dell'indirizzo strategico. Il Consiglio di amministrazione è composto da due membri: Casabella Alessandro, Presidente del Consiglio di Amministrazione, e Casabella Andrea, consigliere e Amministratore Delegato.



L'attuazione concreta delle strategie aziendali la coordinazione delle funzioni operative sono delegati a Maioli Gilberto, Direzione Generale, che assicura la corretta implementazione delle politiche di sostenibilità e di buona governance. L'organizzazione aziendale si articola in funzioni operative e di controllo, distribuite tra direzioni e reparti specializzati.

La gestione amministrativa e delle risorse umane è affidata a Boemio Daniela, la quale assicura la correttezza dei dati economici e la conformità normativa, coordinando inoltre le attività legate alla gestione del personale.

Il monitoraggio della Qualità è garantito da Gragnolati Erika, che assicura il rispetto degli standard qualitativi stabiliti, la conformità dei prodotti e dei processi alle normative vigenti e la gestione delle attività di controllo e miglioramento continuo.

La funzione Contabilità, coordinata da Balduzzi Alessandra, si occupa della registrazione, analisi e controllo delle operazioni economico-finanziarie.

La gestione della Logistica è affidata a Denari Silvio, che coordina le attività di stoccaggio, movimentazione e distribuzione dei prodotti, garantendo puntualità, efficienza e tracciabilità.

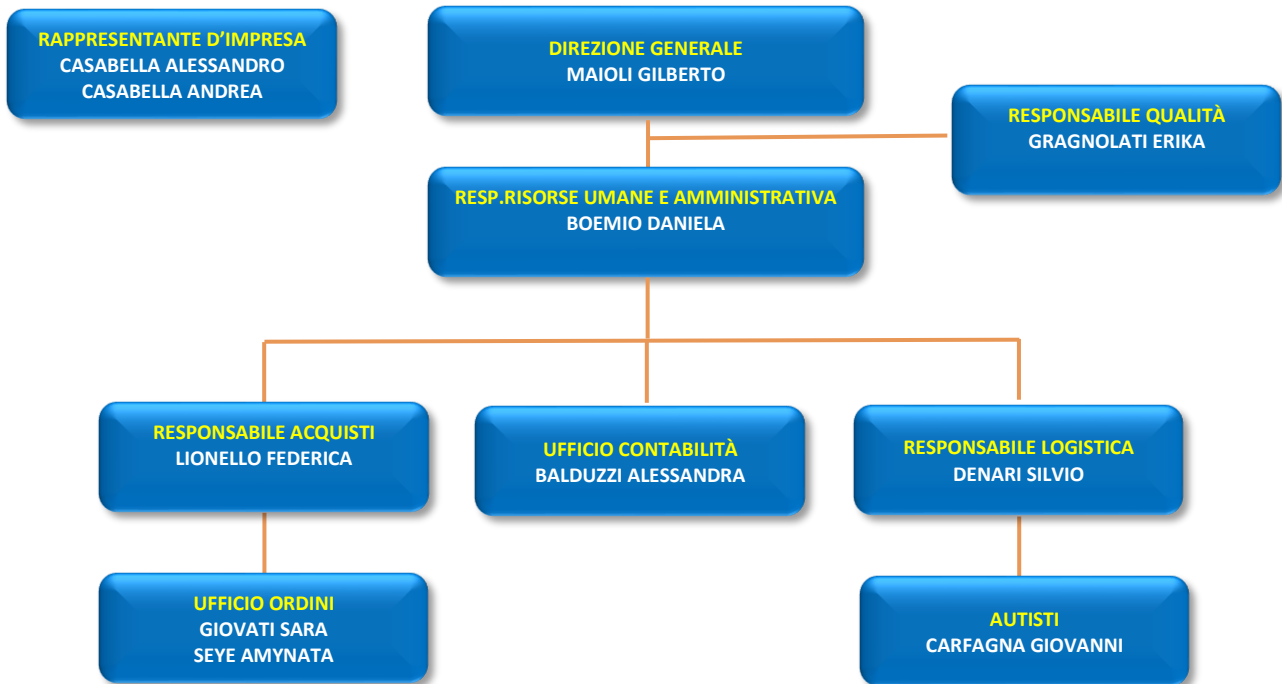
Infine, la funzione Acquisti, diretta da Lionello Federica, presidia il processo di approvvigionamento di materie prime, beni e servizi.

L'approccio alla governance si fonda su principi di integrità, trasparenza e sostenibilità, con un sistema decisionale volto a promuovere una crescita responsabile e la tutela degli interessi di clienti, fornitori, dipendenti e della comunità in cui opera.

ORGANIGRAMMA AZIENDALE



Organigramma al 31.12.2025



MODELLO DI BUSINESS [GRI 2-1; 2-6; 2-7; 2-8]²

Il modello di business di Alea Food S.r.l. si fonda sulla selezione, importazione, stoccaggio e distribuzione di prodotti alimentari freschi e surgelati, destinati al mercato della ristorazione, della distribuzione organizzata e del commercio al dettaglio. L'azienda opera come anello di collegamento tra produttori e clienti finali, sia italiani che europei, offrendo un servizio integrato che garantisce qualità, sicurezza alimentare e puntualità nelle consegne.

Grazie a un'esperienza pluriennale nel settore e a una struttura organizzativa flessibile, Alea Food S.r.l. è in grado di gestire l'intero processo distributivo: dalla selezione dei fornitori e dei prodotti (produttori, broker, grossisti) alla conservazione nei propri impianti refrigerati, fino al trasporto controllato e alla consegna finale al cliente.

L'attenzione alla catena del freddo, alla qualità dei prodotti e all'ottimizzazione logistica costituiscono i principali punti di forza dell'azienda, che mira a garantire un servizio affidabile e competitivo nel tempo.

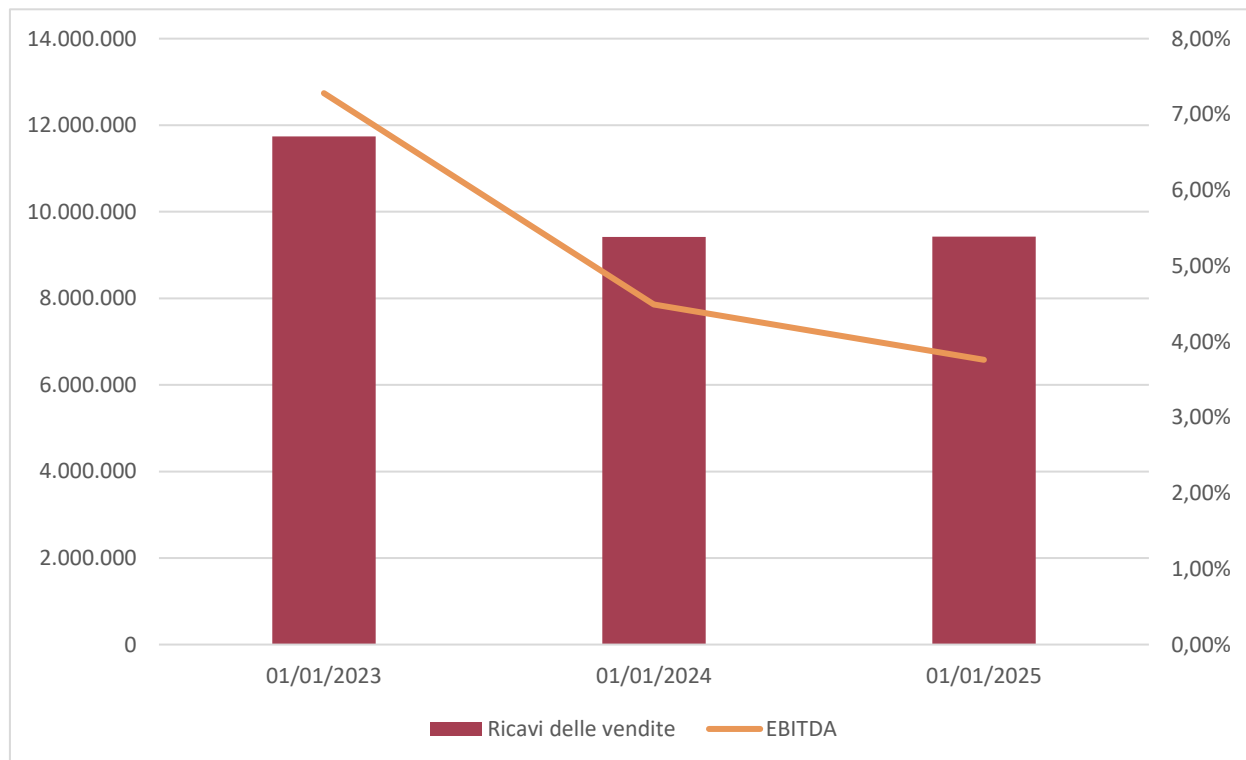
L'attività di Alea Food S.r.l. si concentra prevalentemente sul territorio nazionale, sia per quanto riguarda le vendite, con una quota CEE molto limitata, sia per la catena di fornitura, nella quale la presenza di fornitori esteri dell'area CEE risulta contenuta rispetto a quelli italiani.

La catena del valore di Alea Food S.r.l. si sviluppa attraverso un processo integrato che garantisce qualità, efficienza e tracciabilità lungo tutte le fasi operative. Tutto ha inizio con la selezione e l'approvvigionamento dei prodotti, condotti con particolare attenzione alla qualità delle materie prime e alla collaborazione con fornitori affidabili e certificati. I prodotti vengono poi ricevuti, stoccati e conservati all'interno di impianti a temperatura controllata, dove la cura per la gestione della catena del freddo assicura il mantenimento delle proprietà organolettiche e della sicurezza alimentare.

² Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 2: Informativa Generale 2021"

DATI FINANZIARI

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
	EUR	EUR	EUR
Ricavi delle vendite	9.425.976	9.415.024	11.743.364
EBITDA	3,76%	4,49%	7,28%
Utile Netto	26.364	136.867	212.355



Nel corso dell'esercizio 2025, si rileva una contrazione dell'EBITDA margin, che si attesta al 3,76% rispetto al 4,49% del 2024 e al 7,28% del 2023. Tale andamento non è indice di una perdita di efficienza strutturale, bensì l'effetto diretto di un importante e strategico piano di investimenti intrapreso dall'azienda. L'esercizio è stato infatti caratterizzato dal significativo stanziamento economico dedicato alla realizzazione della nuova cella gelo. È importante evidenziare che il nuovo impianto è alimentato a CO₂, una scelta tecnologica d'avanguardia a bassissimo impatto ambientale che azzerà l'uso di gas serra fluorurati, garantendo la massima efficienza energetica e riducendo drasticamente l'impronta di carbonio della nostra catena del freddo.

Il nuovo fabbricato, i cui lavori sono cominciati nell'anno 2024, è stato completato e la messa in funzione è avvenuta alla metà del mese di luglio. Sono stati necessari quasi due mesi per portare l'immobile "in temperatura" e renderlo idoneo ad ospitare le merci surgelate dei clienti del deposito. L'investimento nella nuova struttura è stato effettuato con l'obiettivo di generare un rendimento economico nel medio periodo, migliorando al contempo la competitività ed anche la solidità aziendale.

Le analisi preliminari avevano evidenziato condizioni favorevoli di mercato, sostenibilità finanziaria e buone prospettive di crescita, elementi che hanno successivamente trovato conferma nei risultati ottenuti; il livello di occupazione delle celle frigorifere risulta elevato e coerente con le aspettative del piano industriale.

La registrazione del marchio IMPRONTA rappresenta un asset strategico oltre a costituire un investimento. Un marchio registrato comunica professionalità e continuità; la creazione di una linea di prodotti a marchio destinata alla GDO consente una visibilità aziendale maggiore percepita dal consumatore finale come più seria, affidabile e tutelante.

CONFORMITÀ E CERTIFICAZIONI

La conformità di un'organizzazione rappresenta la capacità degli organi direttivi e gestionali di assicurare che tutte le attività aziendali siano svolte nel rispetto delle leggi, dei regolamenti e degli standard applicabili, siano essi obbligatori o volontari.

In questo contesto, l'ottenimento di certificazioni riconosciute a livello nazionale o internazionale costituisce una garanzia formale di conformità verso gli stakeholder e rafforza la credibilità dell'impresa.

La conformità diventa quindi uno strumento strategico per la mitigazione dei rischi e degli impatti negativi aziendali ed anche lungo la catena del valore, con particolare riferimento alle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente a:

- **UNI EN ISO 14001:2015**
- **UNI EN ISO 9001:2015**
- **UNI EN ISO 45001:2023**
- **IFS Broker 3.2**
- **IFS Logistics 3**

La **UNI EN ISO 14001** è una norma internazionale che specifica i requisiti per un sistema di gestione ambientale (SGA). È applicabile a qualsiasi tipo di organizzazione, pubblica o privata, indipendentemente dal settore di attività, e ha lo scopo di aiutare le imprese a migliorare le proprie performance ambientali in modo sistematico e sostenibile. La certificazione ISO 14001 dimostra agli stakeholder, clienti e autorità che l'organizzazione è impegnata nella tutela dell'ambiente e nel rispetto delle normative vigenti. Inoltre, rappresenta un elemento chiave nei percorsi di sostenibilità aziendale e nella costruzione di una reputazione responsabile sul mercato.



La **UNI EN ISO 9001:2015** è uno standard internazionale che stabilisce i requisiti per un sistema di gestione per la qualità (SGQ), è applicabile a qualsiasi tipo di organizzazione, pubblica o privata, indipendentemente dal settore di attività. Il suo obiettivo è garantire che le organizzazioni forniscano prodotti e servizi che soddisfino le esigenze dei clienti e rispettino le normative applicabili. La norma si focalizza sull'efficace gestione dei processi aziendali, sull'analisi delle performance e sull'ottimizzazione delle risorse. Favorisce una cultura di miglioramento continuo e assicura che tutte le attività siano allineate agli obiettivi di qualità.



La **UNI EN ISO 45001:2023** è uno standard internazionale che definisce i requisiti per un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro (SSL). Fornisce un quadro per consentire alle organizzazioni di fornire ambienti di lavoro sicuri e salubri, prevenendo infortuni e malattie professionali, e migliorando proattivamente le prestazioni in materia di SSL. La norma è applicabile a qualsiasi organizzazione, indipendentemente dalle dimensioni, tipo e attività



La certificazione **IFS Broker** (International Featured Standard Broker) è uno standard internazionale di qualità e sicurezza alimentare rivolto alle aziende che intermediano prodotti alimentari con l'obiettivo di garantire che tali operatori assicurino la sicurezza dei prodotti lungo la catena di fornitura, attraverso un sistema di gestione efficace basato su requisiti di tracciabilità, controllo dei fornitori, verifica dei processi e rispetto delle normative di sicurezza alimentare.



La certificazione **IFS Logistics** è uno standard riconosciuto a livello internazionale che si applica alle attività di trasporto, stoccaggio e distribuzione di prodotti alimentari e non alimentari. La certificazione di conformità allo standard serve per garantire che tutte le operazioni logistiche siano svolte nel rispetto dei requisiti di sicurezza, igiene e qualità.

Lo standard si rivolge in particolare ad imprese che gestiscono magazzini refrigerati o a temperatura controllata e ad operatori di trasporto che fanno parte integrante della catena alimentare.





LA SOSTENIBILITÀ IN ALEA FOOD

S.r.l. [GRI 2-22]

La sostenibilità è definita come la capacità di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle future generazioni di soddisfare i propri, basandosi sul concetto di 'triplice bottom line', che considera in modo equilibrato le dimensioni economica (profitto), ambientale (pianeta) e sociale (persone). Questo principio si basa su un equilibrio tra sviluppo economico, tutela ambientale e progresso sociale, e rappresenta una guida essenziale per le aziende che desiderano operare in modo responsabile e duraturo nel tempo.

L'approccio ESG (Environmental, Social, and Governance) fornisce un quadro strutturato per valutare le performance aziendali in termini di impatti ambientali, sociali e di governance. In particolare:

- **Environmental (E):** tradotto come “Ambiente”, riguarda le azioni per la riduzione delle emissioni di CO₂, l'uso efficiente delle risorse naturali e l'adozione di pratiche aziendali rispettose dell'ambiente.
- **Social (S):** tradotto come “Sociale”, si concentra sulla tutela dei diritti umani, la sicurezza sul lavoro, la diversità e inclusione, il benessere dei dipendenti e il coinvolgimento della comunità.
- **Governance (G):** tradotto generalmente come “Gestione d'impresa” include la trasparenza gestionale, l'etica aziendale, la conformità normativa e il ruolo del Consiglio di Amministrazione nel guidare strategie di sostenibilità.

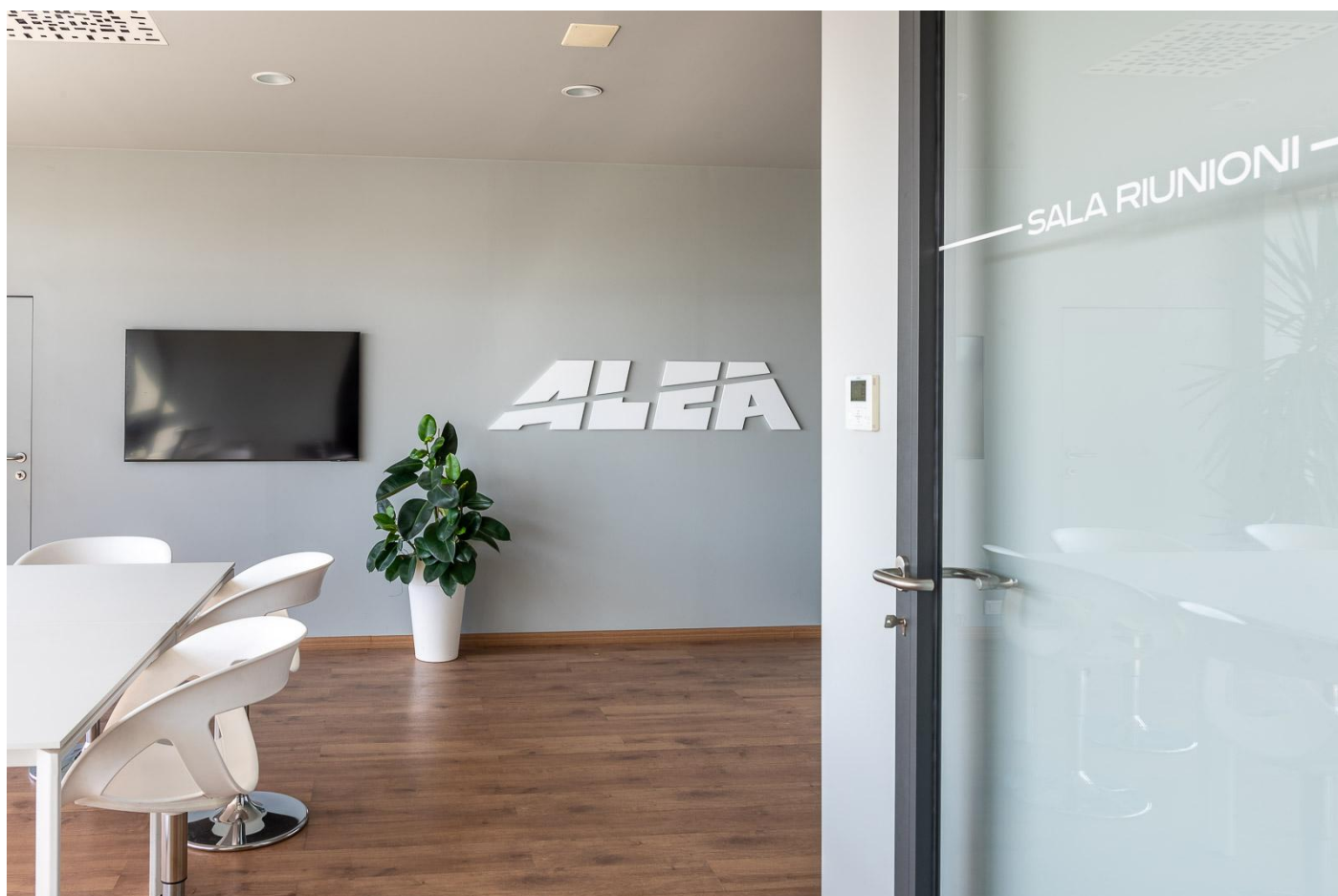
Per Alea Food S.r.l., l'integrazione dei principi ESG nelle proprie attività non rappresenta solo un obbligo normativo o un'opportunità di posizionamento sul mercato, ma un impegno concreto per creare un modello di business resiliente e orientato al futuro.

Gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs - Sustainable Development Goals)** rappresentano un framework globale definito dalle Nazioni Unite per affrontare le sfide più urgenti del nostro tempo, dalla lotta alla povertà alla tutela dell'ambiente. Introdotti nel 2015 come parte dell'Agenda 2030, i 17 SDGs forniscono alle aziende una guida

strategica per sviluppare pratiche sostenibili che contribuiscano a un mondo più equo e prospero.



Alea Food S.r.l. riconosce l'importanza degli SDGs e si impegna ad allineare le proprie strategie e attività a questi obiettivi globali.



GLI STAKEHOLDERS [GRI 2-29]³

Gli stakeholder sono individui, gruppi o entità che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi dell'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

Tra le più comuni tipologie di stakeholder di un'organizzazione rientrano i partner aziendali, organizzazioni della società civile, consumatori, clienti, dipendenti e altri lavoratori, governi, comunità locali, organizzazioni non governative, azionisti e altri investitori, fornitori, sindacati e gruppi vulnerabili.



³ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 2: Informativa Generale 2021"

Il coinvolgimento degli stakeholder è considerato un elemento strategico fondamentale per definire e implementare un approccio al business orientato alla creazione e al conseguimento di un valore sostenibile e condiviso.

Le modalità di coinvolgimento degli stakeholder includono dialogo, consultazione, collaborazioni, comunicazione trasparente, coinvolgimento dei dipendenti e di altri portatori di interesse. Queste pratiche favoriscono una comprensione reciproca, consentendo di integrare le prospettive e le esigenze delle parti interessate nelle decisioni aziendali. Questo coinvolgimento è essenziale per sviluppare fiducia reciproca, strategie sostenibili, promuovere una cultura aziendale responsabile e affrontare le sfide ambientali, sociali e di governance in modo efficace.

La valutazione continua dell'efficacia di tali iniziative consente di adattare le strategie alle esigenze e alle aspettative delle parti interessate.

Nel 2025 abbiamo effettuato la mappatura degli stakeholder prioritari e dei canali di dialogo implementati per una corretta gestione del rapporto con ognuno di essi.

Il processo di individuazione degli stakeholder è basato su due criteri principali:

- il livello di interesse e dipendenza che tali soggetti possono manifestare per le attività di Alea Food S.r.l.;
- il grado d'influenza che essi esercitano sulle decisioni e sulle strategie aziendali.

Nella tabella seguente sono riportate le principali categorie di stakeholder individuate e i canali di dialogo maggiormente utilizzati con ognuna:

TIPOLOGIA	MODALITA' DI COINVOLGIMENTO
 DIPENDENTI	• Confronto quotidiano (verbale, incontri, via e-mail, via telefono) • Sistema informativo aziendale e intranet • Formazioni periodiche e partecipazione ad eventi
 CLIENTI	• Confronto costante (verbale, via e-mail, via telefono) • Servizio clienti dedicato via e-mail o telefono • Iniziative e questionari annuali riguardanti la Soddisfazione dei clienti
 FORNITORI	• Confronto via e-mail e via telefono • Confronto attraverso stipulazione di ordini di acquisto • Monitoraggio annuale qualità prodotto/servizio e delle prestazioni ESG dei fornitori diretti
 BANCHE	• Confronto costante (verbale, incontri, via e-mail, via telefono) • Business plan e condivisione strategie aziendali • Inviti ad eventi aziendali rilevanti

L'ANALISI DI MATERIALITÀ [GRI 3]⁴

L'Analisi di Materialità è il processo che porta all'individuazione dei temi che hanno una maggiore rilevanza sia per l'azienda che per i suoi Stakeholder, in modo da indirizzare in modo più consapevole gli sforzi e prevedere le aspettative sui temi oggetto di rendicontazione.

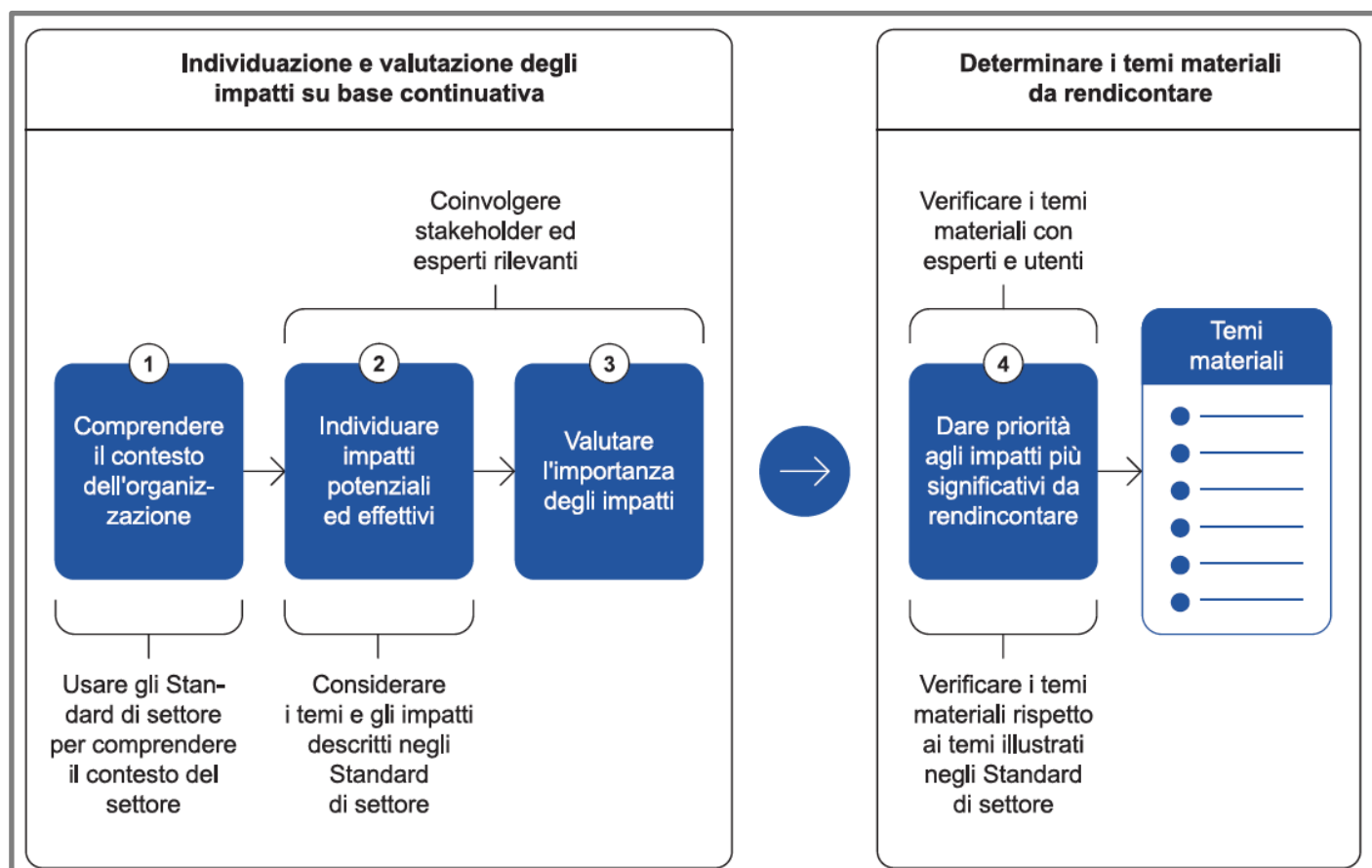


Figura 1: Processo di determinazione dei temi materiali secondo il GRI 3

Questo approccio ha permesso ad Alea Food S.r.l. di identificare, valutare e prioritizzare gli impatti più significativi, su cui concentrare la rendicontazione di sostenibilità.

Nello specifico l'analisi si è sviluppata attraverso i seguenti passaggi principali:

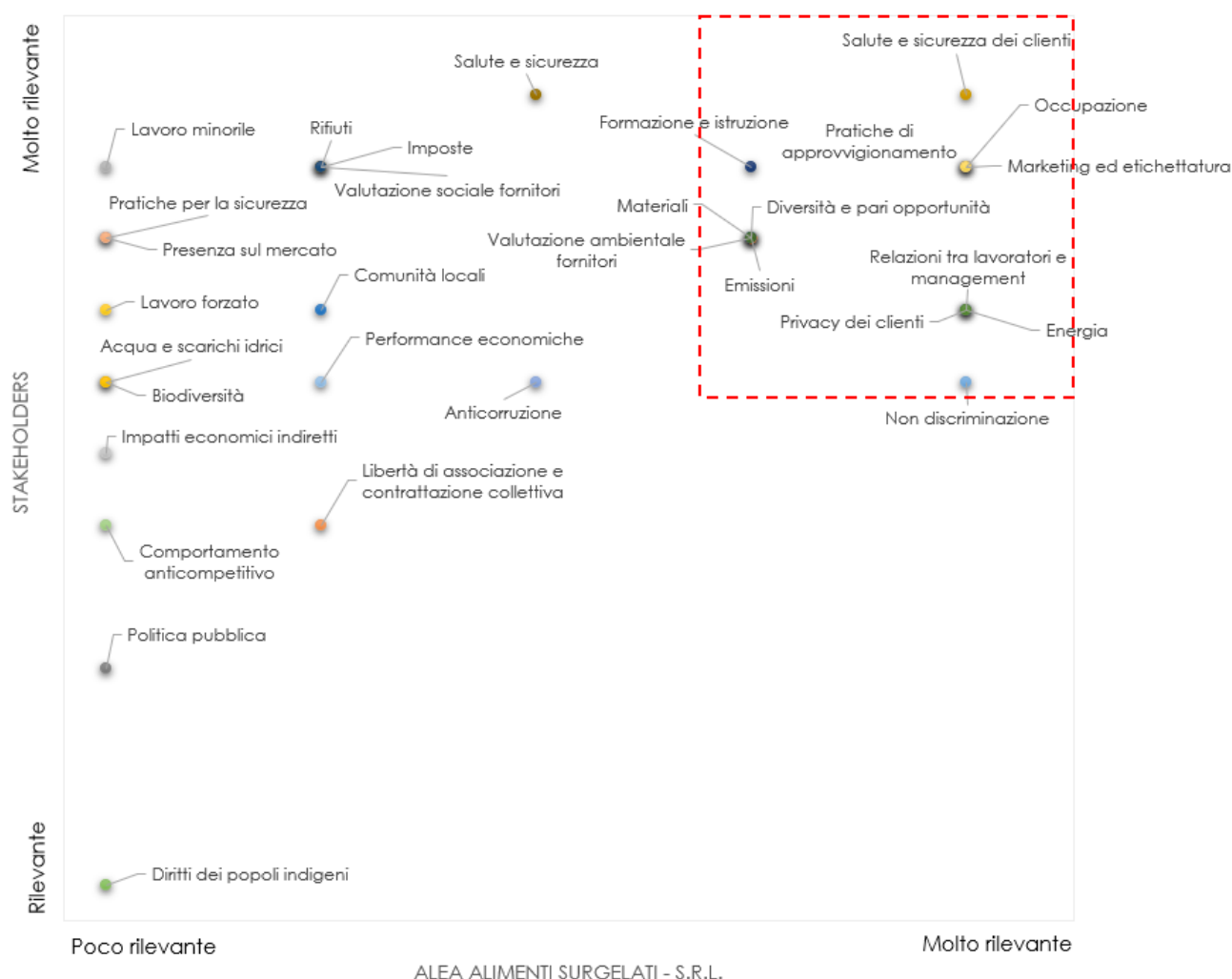
1. **Analisi del contesto:** conduzione di un'analisi di confronto con le principali aziende concorrenti al fine di meglio comprendere il contesto di riferimento dell'azienda;

⁴ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 3: Temi Materiali 2021"

2. **Individuazione degli impatti:** identificazione dei principali impatti economici, sociali e ambientali con il coinvolgimento della proprietà e dell'alta direzione. Tali impatti sono stati riportati ai principali temi di sostenibilità individuati dagli standard GRI e prioritizzati.
3. **Consultazione degli stakeholder:** raccolta delle opinioni di stakeholder interni ed esterni tramite questionario, per comprendere la rilevanza attribuita ai diversi temi.
4. **Costruzione della matrice:** rappresentazione dei risultati nella Matrice di Materialità che evidenzia in modo chiaro ed immediato le priorità condivise tra azienda e stakeholder.

Nel caso di Alea Food S.r.l. il risultato per le rilevazioni è stato il seguente:

Matrice di Materialità



I temi posizionati nelle aree di maggiore importanza (area tratteggiata in alto a destra), sia per l'azienda sia per i suoi stakeholder, costituiscono le priorità strategiche su cui Alea Food S.r.l. concentra la propria rendicontazione.

In particolare, troviamo:

TEMI DELLA SFERA AMBIENTALE

- Materiali [GRI 301]
- Energia [GRI 302]
- Emissioni [GRI 305]
- Valutazione ambientale dei fornitori [GRI 308]

TEMI DELLA SFERA SOCIALE

- Occupazione [GRI 401]
- Relazioni tra lavoratori e management [GRI 402]
- Formazione e istruzione [GRI 404]
- Diversità e pari opportunità [GRI 405]
- Non discriminazione [GRI 406]
- Salute e sicurezza dei clienti [GRI 416]
- Marketing ed etichettatura [GRI 417]
- Privacy dei clienti [GRI 418]

TEMI DELLA SFERA DI GOVERNANCE

- Pratiche di approvvigionamento [GRI 204]

In prospettiva futura, l'azienda si riserva di ampliare progressivamente l'ambito della rendicontazione, estendendo l'attenzione anche ad ulteriori tematiche di sostenibilità ritenute significative dagli stakeholder, al fine di garantire una sempre maggiore aderenza alle loro aspettative e agli standard di riferimento.



PROFILO DI GOVERNANCE

Una precisa definizione di Governance e un unico modo di “fare” Governance all’interno di un’azienda o, in generale, di una organizzazione non esistono.

La Governance è, tuttavia, l’insieme, spesso impalpabile e non ben riconoscibile, di processi, regole, verifiche, documenti, strumenti, comitati e ruoli che hanno come fine il garantire che l’intera azienda, o una sua funzione, svolga in maniera efficiente, efficace e aderente alle attese la missione assegnata, massimizzando il valore delle risorse coinvolte.

In altre parole, potremmo dire che la Governance ha come fine quello di assicurare agli stakeholders un’organizzazione che operi con modalità coerenti con obiettivi, regole e standard che si è data, attraverso una gestione efficace, responsabile e trasparente.

La resilienza aziendale dipende fortemente dalla qualità della sua governance: organizzazioni con sistemi di governance deboli tendono a essere più vulnerabili agli shock esterni e meno capaci di recuperare da situazioni critiche. Al contrario, aziende con governance robusta reagiscono meglio agli shock e possono trasformare le sfide in opportunità di consolidamento o di crescita.

Di seguito saranno presentate le strategie che Alea Food S.r.l. attua nella propria attività d’impresa con l’obiettivo di evidenziare i temi materiali pertinenti a quest’area che sono stati oggetto di interesse nel periodo in esame.

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

[GRI 204]

Presentazione del tema⁵

Questo standard si concentra sulle modalità con cui un'organizzazione seleziona e gestisce i propri fornitori, promuovendo pratiche sostenibili lungo tutta la catena di approvvigionamento. Si valuta la percentuale di acquisti effettuati da fornitori locali o di proprietà di donne o membri di gruppi vulnerabili, nonché l'impatto economico, ambientale e sociale delle decisioni di acquisto, come i tempi di consegna specificati ai fornitori o i prezzi di acquisto trattati.

Descrizione del tema in azienda

Alea Food S.r.l. attribuisce un'importanza strategica alla gestione responsabile della propria catena di fornitura, riconoscendo che pratiche di approvvigionamento eque, trasparenti e sostenibili contribuiscono non solo a garantire la continuità delle forniture, mitigando i rischi operativi, ma anche a promuovere il progresso economico, sociale e ambientale nei territori in cui opera.

Alea Food S.r.l. è sempre molto attenta nella selezione dei propri fornitori, orientando le proprie scelte verso quelli che condividono valori di integrità, rispetto dei diritti umani e tutela ambientale. Inoltre, l'azienda favorisce la collaborazione con fornitori locali, incentivando l'economia territoriale e riducendo l'impatto ambientale derivante dalle attività logistiche.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

➤ **Informativa 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali**

Attraverso l'analisi dei costi di approvvigionamento delle materie prime utilizzate viene evidenziato che il 74,7% degli acquisti aziendali è destinato a fornitori locali. Ai fini della presente analisi, per fornitura locale si intende la spesa sostenuta verso società con sede legale in Italia. Il restante 25,3% degli acquisti per forniture è invece attribuibile a fornitori esteri.

⁵ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 204: Pratiche di Approvvigionamento 2016"



PROFILO AMBIENTALE

Il criterio di analisi degli impatti sul piano “Ambientale” riguarda appunto la valutazione degli effetti (positivi, negativi, neutri) che un’azienda, con le proprie attività può avere sull’ambiente, considerando fattori come l’uso delle risorse naturali, la gestione dei rifiuti, le politiche di riduzione delle emissioni e l’adattamento ai cambiamenti climatici.

Di seguito saranno presentate le strategie che Alea Food S.r.l. attua nella propria attività d’impresa con l’obiettivo di evidenziare i temi materiali pertinenti a quest’area che sono stati oggetto di interesse nel periodo in esame.

LA SENSIBILITÀ AMBIENTALE DI ALEA FOOD S.r.l.

L’azienda ha adottato un Sistema di Gestione Integrato conforme alle norme ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001, a conferma del proprio impegno verso la qualità, la tutela dell’ambiente e la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. In particolare, attraverso l’applicazione dei requisiti della norma ISO 14001, l’azienda monitora in modo sistematico e continuativo le proprie performance ambientali, valutando gli impatti associati alle attività svolte e definendo, ove necessario, specifici obiettivi di miglioramento. Questo approccio strutturato consente di presidiare efficacemente gli aspetti ambientali più rilevanti e di promuovere una gestione responsabile e consapevole delle risorse, posizionando l’azienda come realtà particolarmente virtuosa sotto il profilo ambientale.

In coerenza con l’analisi di severità degli impatti e con la quantificazione degli aspetti ambientali condotta nell’ambito dell’Analisi Ambientale, l’azienda ha individuato i temi ambientali ritenuti maggiormente significativi. Tali temi costituiscono la base per la rendicontazione all’interno della sezione Ambiente del presente Bilancio di Sostenibilità.

Sulla base di queste premesse, nei paragrafi che seguono vengono illustrati i temi ambientali rilevanti oggetto di rendicontazione, riportando i risultati delle misurazioni effettuate e le eventuali azioni di miglioramento implementate, in un’ottica di trasparenza, miglioramento continuo e responsabilità verso gli stakeholder.

MATERIALI [GRI 301]

PRESENTAZIONE DEL TEMA⁶

Questo tema riguarda la gestione sostenibile dei materiali utilizzati per le operazioni aziendali. Si concentra sulla quantità di materiali usati distinguendoli tra rinnovabili (es. legno, acqua) e non rinnovabili (es. minerali, metalli, gas, petrolio o carbone), e tra vergini e riciclati. La tipologia e quantità di materiali utilizzati dall'organizzazione può indicarne la dipendenza da risorse naturali e gli impatti che essa ha sulla loro disponibilità.

Ridurre l'uso di materiali non necessari o optare per alternative ecocompatibili aiuta a minimizzare l'impatto ambientale. Questo è essenziale per ridurre i rifiuti e migliorare la sostenibilità complessiva dell'azienda.

Descrizione del tema in azienda

Alea Food S.r.l. riconosce che l'uso efficiente e responsabile delle risorse è un elemento chiave sia per ridurre i costi operativi, sia per ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività.

L'organizzazione adotta politiche di approvvigionamento che cercano di privilegiare materiali rinnovabili e provenienti da riciclo. Inoltre, è concentrata sul riciclo dei materiali stessi, sull'ottimizzazione dei processi produttivi e sulla riduzione degli sprechi, aumentando così il proprio grado di circolarità.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

⁶ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 301: Materiali 2016"

➤ **Informativa 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume**

Materiale	Quantità 2024 [kg]	Quantità 2025 [kg]	Monitoraggio tramite
Toner	3	6	DDT DI CONSEGNA (RIFIUTI GESTITI DA MAKHIMO)
Carta	550	537,5	Fatture di acquisto
Imballi di cartone	10.674	30.563	Fatture di acquisto
Pallets	Non applicabile (utilizzo EPAL da rendere)	Non applicabile (utilizzo EPAL da rendere)	Buoni EPAL
Acqua	246.000	295.000	FATTURE DI CONSUMO
Pellicola per imballi	Non monitorata	978	Fatture di acquisto

Per il calcolo del peso è stato rispettivamente considerato:

- Toner: 1 kg/toner
- Carta: 2,5 kg/risma
- Densità acqua: 1000 kg/mc

Si ricorda che i consumi di benzina e gasolio non sono presenti all'interno di questa tematica ma vengono riportati all'interno della tematica Energia.

di cui:

1. Materiali non rinnovabili utilizzati

Materiale	Quantità 2024 [kg]	Quantità 2025 [kg]
Toner	3	6
Pellicola per imballi	Non monitorata	978

2. Materiali rinnovabili utilizzati

Materiale	Quantità 2024 [kg]	Quantità 2025 [kg]
Carta	550	537,5
Imballi di cartone	10.674	30.563
Pallets	Non applicabile (utilizzo EPAL da rendere)	Non applicabile (utilizzo EPAL da rendere)
Acqua	246.000	295.000

I dati rilevati si riferiscono ai materiali utilizzati nel loro stato originario, ovvero nello stato in cui si presentano all'ingresso in azienda. Si è scelto di partire con i materiali che per volumi di utilizzo fossero ritenuti i più significativi.

➤ **Informativa 301-3 Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio**

In quanto azienda realizzatrice di prodotti alimentari non è pertinente la rendicontazione del dato relativo al recupero o alla rigenerazione del prodotto.

Per quanto riguarda i materiali di imballaggio l'azienda produce prodotti imballati con carta e plastica che devono quindi essere smaltiti correttamente dal consumatore del prodotto.

ENERGIA [GRI 302]

PRESENTAZIONE DEL TEMA⁷

Un'organizzazione può consumare energia in varie forme: energia di combustibili, elettrica, di riscaldamento o di raffreddamento. L'energia può essere generata autonomamente o acquistata da fonti esterne e può derivare da fonti di energia rinnovabile (come eoliche, idroelettriche o solare) o da fonti di energia non rinnovabile (quali carbone, petrolio o gas naturale). Utilizzare l'energia con maggiore efficienza e scegliere energia proveniente da fonti di energia rinnovabile è essenziale per combattere il cambiamento climatico e ridurre l'impronta ambientale complessiva di un'azienda.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

All'interno dell'azienda, la tematica energetica è prevalentemente legata al consumo di energia elettrica e al consumo di combustibile utilizzato per l'alimentazione dei mezzi aziendali.

Il consumo di energia elettrica è principalmente riconducibile all'utilizzo di apparecchiature informatiche (computer e stampanti), all'illuminazione interna ed esterna degli ambienti di lavoro e al funzionamento delle celle frigorifere per il raffreddamento e la conservazione dei prodotti.

I consumi di gasolio, invece, derivano dall'attività di trasporto e movimentazione svolta mediante la flotta aziendale, composta da n. 4 autocarri e n.3 vetture.

Nel corso del 2024, al fine di ridurre l'impatto ambientale associato ai consumi elettrici e aumentare l'autoproduzione di energia da fonte rinnovabile, l'azienda ha avviato il processo di installazione di un impianto fotovoltaico da 240 kW, con lo scopo di contribuire così a coprire una parte del proprio fabbisogno energetico tramite energia rinnovabile. Durante il 2025 l'impianto non è ancora stato concluso, si prevede la conclusione nel 2026.

⁷ Per approfondimento consultare GRI standard: "GRI 302: Energia 2016"

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

➤ **Informativa 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione**

Il dato che emerge è che nel periodo in esame l'azienda ha consumato internamente un totale di **3.064.423,63 MJ**. Questo consumo è diviso come 1.380.383,23 MJ tramite gasolio e 1.684.040,4 MJ tramite energia elettrica.

1. Consumo totale di combustibili derivanti da fonti di energia non rinnovabile:

2.929.700,398 MJ

2. Consumo totale di combustibili derivanti da fonti di energia rinnovabile:

134.723,232

MJ

Viene considerato un contratto di fornitura elettrica con una quota di energia rinnovabile pari all'8%.

3. Di seguito sono riportati in kWh e MJ i dettagli dei vari tipi di consumo di energia in Alea Food S.r.l.:

a. consumo di energia elettrica complessivo: 467.789 kWh pari a 1.684.040,4 MJ

b. consumo di energia di riscaldamento: 0 MJ

c. consumo di energia di raffreddamento: 0 MJ

d. consumo di energia di vapore: 0 MJ

4. Di seguito sono riportati in kWh e MJ il totale delle seguenti energie:

a. energia elettrica venduta: 0 kWh [pari a 0 MJ]

b. energia di riscaldamento venduta: 0 MJ

c. energia di raffreddamento venduta: 0 MJ

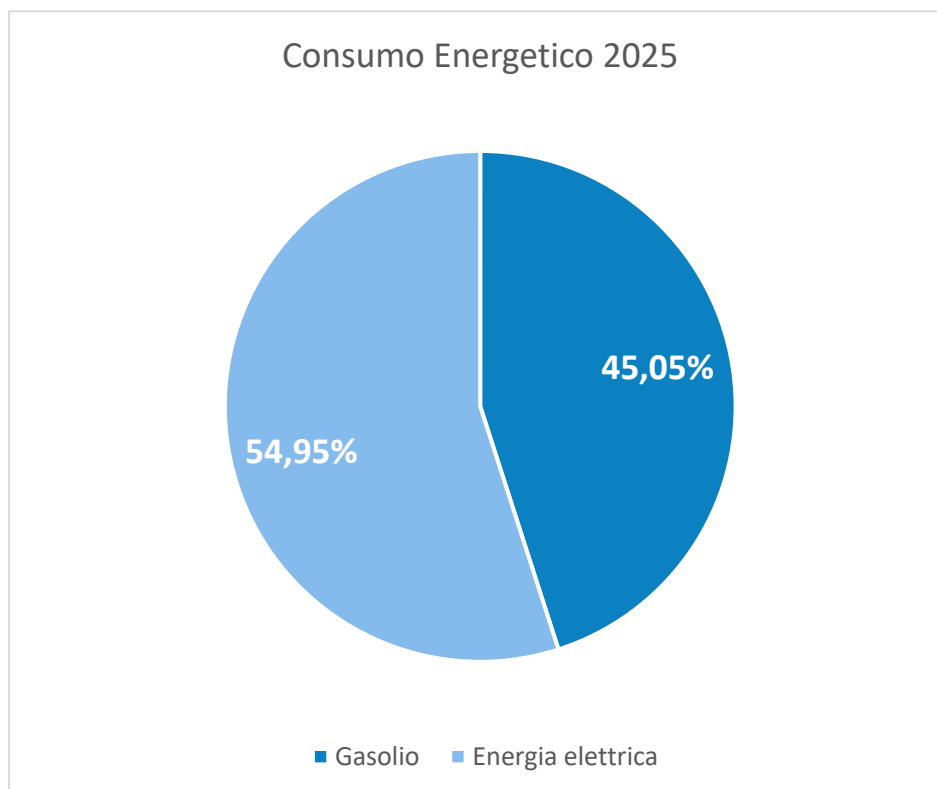
d. energia di vapore venduta: 0 MJ

Gli standard di rilevazione adottati sono stati i seguenti:

- ✓ acquisizione delle rilevazioni prodotte per l'analisi ambientale, fornite da Alea Food S.r.l.

I valori di riferimento per potere calorifico inferiore del gasolio ed i fattori di conversione necessari per il calcolo dell'energia consumata sono stati reperiti dai siti dell'ENEA e dall'ISPRA⁸.

	Totale [MJ]	Percentuale [%]
Consumo energetico totale 2025	3.064.423,63	100 %
Gasolio	1.380.383,23	45,05%
Elettricità	1.684.040,4	54,95%



⁸ Rif. Per approfondimenti consultare: [Potere calorifico - ENEA - Dipartimento Unità per l'efficienza energetica](#); [Doc.Tecnici combustibili fronte](#)

EMISSIONI [GRI 305]

PRESENTAZIONE DEL TEMA⁹

Questo standard tratta il tema delle emissioni nell'aria – sostanze scaricate da una fonte nell'atmosfera. I vari tipi di emissioni sono: gas a effetto serra (GHG), sostanze dannose per l'ozono (ODS, "ozone-depleting substance"), ossidi di azoto (NOx) e ossidi di zolfo (SOx), oltre ad altre emissioni significative nell'aria. Monitorare, ridurre e compensare le emissioni è essenziale per affrontare il cambiamento climatico. Questo tema riguarda anche l'adozione di tecnologie e processi più puliti.

I requisiti riguardanti le emissioni di GHG presentati in questo Standard si basano sui requisiti del 'GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard' ('GHG Protocol Corporate Standard') e del 'GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard' ('GHG Protocol Corporate Value Chain Standard'). Questi due standard fanno parte del Protocollo sui GHG sviluppato dal World Resources Institute (WRI) e dal World Business Council on Sustainable Development (WBCSD).

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Anche Alea Food S.r.l. riconosce che la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) è una priorità strategica per contrastare il cambiamento climatico e contribuire alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio. Pertanto, l'organizzazione si impegna a misurare, monitorare e ridurre le proprie emissioni dirette e indirette, promuovendo l'efficienza energetica e l'uso di fonti rinnovabili.

In particolare, tramite l'adozione del sistema di gestione ambientale secondo norma tecnica ISO 14001 e l'utilizzo di specifico portale per la gestione dei propri automezzi, l'azienda monitora costantemente l'impatto sul cambiamento climatico di questi tramite il calcolo delle tonnellate di CO2 equivalenti emesse ogni anno dai propri veicoli. L'azienda è cosciente che questa valutazione, tuttavia, non rappresenta la totalità delle emissioni aziendali e non ha ancora sviluppato una valutazione della Carbon Footprint di organizzazione per il calcolo delle emissioni di tipo Scope 1, Scope 2 e Scope 3 secondo standard internazionali quali GHG Protocol o normativa ISO14064-1.

⁹ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 305: Emissioni 2016"

VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI [GRI 308]

PRESENTAZIONE DEL TEMA¹⁰

Le attività di un'organizzazione possono generare impatti ambientali non solo direttamente, ma anche indirettamente attraverso i propri rapporti di business. La catena di fornitura rappresenta spesso una porzione significativa dell'impronta ambientale complessiva di un'azienda, poiché include processi produttivi, approvvigionamenti e servizi che possono comportare consumi di energia, uso dell'acqua, emissioni o produzione di rifiuti.

Per questo motivo, ci si aspetta che un'organizzazione adotti un solido processo di due diligence ambientale sui propri fornitori, in linea con i principali strumenti normativi e di riferimento delle Nazioni Unite. Tale processo serve a prevenire, mitigare e gestire sia gli impatti ambientali potenziali sia quelli effettivi associati alla catena di fornitura.

Per valutare adeguatamente questi rischi, i fornitori possono essere analizzati secondo una vasta gamma di criteri ambientali come le performance relative a energia, acqua, emissioni e gestione dei rifiuti. Molti di questi aspetti sono regolati da ulteriori Standard GRI specifici

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

L'azienda, tramite il proprio sistema di gestione integrato, ha implementato un processo strutturato di valutazione ambientale dei propri fornitori, finalizzato a monitorare e promuovere comportamenti responsabili lungo la catena di fornitura. In fase di qualifica e riesame, viene innanzitutto verificato il possesso della certificazione del sistema di gestione ambientale ISO 14001 o, in alternativa, l'eventuale percorso di certificazione in corso. Qualora il fornitore non risulti certificato, vengono analizzati gli impatti ambientali specifici generati dalle sue attività, con particolare riferimento alle principali aree ambientali rilevanti. A tal fine, viene richiesto di descrivere le misure di prevenzione e/o

¹⁰ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016"

riduzione degli impatti adottate, nonché di fornire evidenza delle autorizzazioni ambientali in essere.

Durante il 2025 l'azienda ha svolto un'ulteriore valutazione tramite questionario online valutando la presenza ulteriori certificazioni e analisi, tra cui ISO 50001, Diagnosi energetica, Carbon Footprint di prodotto, Carbon Footprint di organizzazione ed LCA.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

➤ **Informativa 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali**

L'azienda valuta costantemente la totalità dei propri fornitori ed utilizza sempre anche criteri ambientali per la selezione di questi. Nel 2025 non ci sono stati, per cui valutati, nuovi fornitori.

➤ **Informativa 308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura**

1. **Numero di fornitori valutati in relazione agli impatti ambientali:** totalità dei fornitori
2. **Numero di fornitori identificati come aventi significativi impatti ambientali negativi, potenziali ed effettivi:** nessun fornitore
3. **Significativi impatti ambientali negativi, potenziali ed effettivi, identificati nella catena di fornitura:** nessun impatto.

PROFILO SOCIALE

Il criterio di analisi degli impatti sul piano “Sociale” riguarda appunto la valutazione degli effetti (positivi, negativi, neutri) che un’azienda, con le proprie attività può avere sulla comunità, intesa a vari livelli, a partire dai propri dipendenti e spaziando alle entità, associazioni e gruppi che con essa entrano direttamente e indirettamente in contatto.

Di seguito saranno presentate le strategie che Alea Food S.r.l. attua nella propria attività d’impresa con l’obiettivo di evidenziare i temi materiali pertinenti a quest’area che sono stati oggetto di interesse nel periodo in esame.

IL RISPETTO DELL’UOMO SECONDO ALEA FOOD S.r.l.

Alea Food S.r.l. riconosce il rispetto della persona come principio guida delle proprie attività. Promuove un contesto lavorativo fondato su inclusione, equità e sicurezza, impegnandosi attivamente per garantire condizioni che tutelino la dignità e i diritti di ogni individuo. La responsabilità sociale dell’azienda si traduce in azioni concrete, allineate agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), con l’obiettivo di generare valore anche per i collaboratori e per le comunità con cui interagisce.

Sulla base di queste premesse si riportano di seguito i temi rilevanti oggetto di rendicontazione e per i quali saranno di seguito riproposti i risultati delle rilevazioni e le azioni migliorative, laddove presenti, messe in atto.

OCCUPAZIONE [GRI 401]

PRESENTAZIONE DEL TEMA ¹¹

Questo Standard riguarda l'approccio di un'organizzazione all'occupazione o alla creazione di posti di lavoro, l'approccio all'assunzione o all'ingaggio e alla fidelizzazione del personale e alle relative prassi, nonché alle condizioni di lavoro offerte. Lo Standard riguarda anche le condizioni di impiego e di lavoro della catena di fornitura di un'organizzazione.

Per rapporto di lavoro si intende il rapporto legittimo che intercorre fra un lavoratore e un'organizzazione e che conferisce obblighi e diritti per entrambe le parti. Questo rapporto è generalmente lo strumento attraverso cui si determina se trova applicazione il diritto del lavoro o il diritto commerciale.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. attribuisce un valore strategico alla gestione del personale, riconoscendo che la qualità dell'occupazione e la capacità di attrarre, sviluppare e trattenere i talenti rappresentano un fattore determinante per il successo e la resilienza dell'azienda stessa.

In coerenza con la propria missione aziendale, Alea Food S.r.l. promuove un ambiente di lavoro fondato su relazioni professionali eque e rispettose, politiche di inclusione e pari opportunità, e un dialogo costante con i propri dipendenti. Nel corso dell'anno, l'organico aziendale ha registrato una composizione media di 11 lavoratori, di cui 6 donne e 5 uomini. Con riferimento all'inquadramento professionale, la forza lavoro è composta mediamente da 1 dirigente, 8 impiegati e 2 operai.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

- **Informativa 401-1 Nuove assunzioni e turnover:** Nel 2025 è avvenuta una nuova assunzione e 8 cessazioni di contratto che hanno fatto passare l'azienda da 19 a 12 dipendenti. L'elevata numerosità delle cessazioni di contratto del 2025 è stata dovuta alla cessione della gestione del magazzino ad una ditta in sub appalto.

¹¹ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 401: Occupazione 2016"

Nuovi assunti 2025

Età	UOMINI	DONNE	Altro
< 30	0	0	0
30-50	0	0	0
> 50	1	0	0

Cessazioni contratti 2025

Età	UOMINI	DONNE	Altro
< 30	1	0	0
30-50	3	1	0
> 50	3	0	0

Tassi

	2025							
	Età			Genere		Area Geografica		
	<30	30-50	>50	uomini	donne	ITA	UE	Extra UE
Tasso nuovi assunti	0%	0%	6,45%	6,45%	0%	6,45%	0%	0%
Tasso cessazioni contratto	6,45%	25,81%	19,35%	45,16%	6,45%	51,61%	0%	0%

I tassi vengono calcolati in riferimento al totale medio dei dipendenti.

- **Informativa 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato:** assistenza sanitaria e congedo parentale

➤ Informativa 401-3 Congedo parentale

In particolare, per quanto riguarda il congedo parentale nel 2025 il totale di dipendenti aventi diritto si attesta ad un totale di 6, di cui 3 donne e 3 uomini. Di questi solamente una donna ha usufruito del congedo parentale che poi, successivamente al periodo di congedo, è rientrata al lavoro regolarmente.

RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT [GRI 402]

PRESENTAZIONE DEL TEMA ¹²

Le relazioni tra lavoratori e management rappresentano un elemento fondamentale per il buon funzionamento di un'organizzazione e per la creazione di un ambiente di lavoro trasparente, partecipato e responsabile. Questo tema riguarda le modalità attraverso cui l'azienda consulta i propri dipendenti e i loro rappresentanti, garantendo un dialogo costante e strutturato sulle questioni che possono influenzare le condizioni di lavoro e il benessere del personale.

Un aspetto centrale è la comunicazione tempestiva ed efficace di cambiamenti significativi nelle attività aziendali come riorganizzazioni, introduzione di nuove tecnologie o modifiche operative, affinché i lavoratori siano adeguatamente informati e coinvolti. Le prassi di consultazione dovrebbero essere in linea con le norme e gli standard internazionali riconosciuti, promuovendo una governance del personale orientata al rispetto dei diritti, alla partecipazione e alla trasparenza.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

L'azienda riconosce la comunicazione interna come un elemento fondamentale per il buon funzionamento dell'organizzazione e per il coinvolgimento attivo delle proprie persone. A tal fine, promuove un dialogo costante e trasparente tra i lavoratori e il management, favorendo lo scambio di informazioni, il confronto costruttivo e la condivisione degli obiettivi aziendali. Le prassi di consultazione dei dipendenti si basano prevalentemente su un dialogo diretto, che avviene anche attraverso incontri e riunioni individuali, durante i quali i lavoratori vengono consultati singolarmente, consentendo un ascolto puntuale delle esigenze, delle segnalazioni e delle proposte.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

- **Informativa 402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi:** 30 giorni

¹² Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 402: Formazione e istruzione 2016"

FORMAZIONE E ISTRUZIONE [GRI

404]

PRESENTAZIONE DEL TEMA ¹³

Questo standard riguarda l'approccio di un'organizzazione alla formazione e all'aggiornamento delle competenze dei dipendenti, nonché a valutazioni sulle prestazioni ed il loro percorso professionale. Comprende anche programmi di assistenza alla transizione, al fine di agevolare la continuità lavorativa e la gestione della fine del percorso lavorativo per motivi di pensionamento o conclusione del rapporto.

Investire nella formazione rafforza la motivazione delle persone e aumenta la competitività aziendale.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. riconosce l'importanza strategica della formazione e dell'istruzione continua per il benessere dei propri dipendenti e per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. L'approccio adottato si fonda sulla valorizzazione del capitale umano, promuovendo percorsi di sviluppo personalizzati e accessibili a tutti i livelli dell'organizzazione.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

- **Informativa 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente:** 19,6 ore/dipendente di genere maschile; 33,8 ore/dipendente di genere femminile; 0 ore/dirigente o quadro; 26,5 ore/Impiegato; 44,5 ore/operaio.

Per il calcolo delle ore medie è stata considerata la media annua dei dipendenti, riportata all'interno del paragrafo occupazione.

- **Informativa 404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione:** corsi di formazione interni e finanziamento a supporto di formazione o istruzione esterna.

¹³ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 404: Formazione e istruzione 2016"

- **Informativa 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale:** Al termine di ogni corso di formazione vengono effettuati test di apprendimento per monitorare e gestire le competenze e sviluppare il capitale umano all'interno dell'organizzazione. La valutazione delle performance in azienda avviene tramite confronto quotidiano volto a migliorare la soddisfazione del dipendente e le proprie prestazioni aziendali.



DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'

[GRI 405]

PRESENTAZIONE DEL TEMA¹⁴

Questo standard valuta l'approccio dell'organizzazione riguardo alla diversità e alle pari opportunità sul lavoro, garantendo pari opportunità indipendentemente da genere, etnia, età o altre caratteristiche personali. Promuovere la diversità contribuisce a creare un ambiente di lavoro inclusivo e stimolante e ad aumentare l'attrattiva dell'organizzazione.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. promuove un ambiente di lavoro inclusivo, equo e rispettoso delle differenze individuali, riconoscendo nella diversità un fattore chiave di arricchimento culturale, innovazione e competitività. La valorizzazione della diversità e la garanzia di pari opportunità sono parte integrante della cultura aziendale e rappresentano pilastri fondamentali nella gestione responsabile delle risorse umane.

L'organizzazione si impegna a prevenire qualsiasi forma di discriminazione basata su genere, età, origine etnica, orientamento sessuale, disabilità, religione o qualsiasi altra condizione personale. Questo impegno si traduce in politiche attive per l'equità salariale, l'accesso paritario a ruoli di responsabilità e la promozione del talento femminile e delle categorie sottorappresentate.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

➤ **Informativa 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti**

1. Percentuale di persone all'interno degli organi di governance in termini di genere, fascia di età e di eventuali altri indicatori di diversità rilevanti

Come organo di governance per la presente informativa viene considerato il CdA.

¹⁴ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 405: Diversità e Pari Opportunità 2016"

ORGANI DI GOVERNANCE (CdA)	Età	n. UOMINI	n. DONNE
	< 30	0	0
	30-50	2	0
	> 50	0	0

2. Percentuale di dipendenti in termini di genere, fascia di età e di eventuali altri indicatori di diversità rilevanti

DIPENDENTI PER CATEGORIA C. (IMPIEGATI)	Età	n. UOMINI	n. DONNE
	< 30	3,23%	6,45%
	30-50	41,94%	22,58%
	> 50	12,90%	12,90%

NON DISCRIMINAZIONE [GRI 406]

PRESENTAZIONE DEL TEMA ¹⁵

La non discriminazione è un principio fondamentale per garantire un ambiente di lavoro, un mercato e una società equi e inclusivi. Per “discriminazione” si intende qualsiasi trattamento diseguale tra persone che comporti l'imposizione di carichi, svantaggi o limitazioni, oppure il rifiuto di riconoscere diritti o benefici, anziché valorizzare i meriti e le capacità individuali. Rientrano nella discriminazione anche le molestie, ovvero comportamenti, atti o commenti indesiderati rivolti a una persona.

Si considera discriminazione ogni forma di ingiusta disuguaglianza, indipendentemente dal motivo e dall'ambito in cui avviene. È pertanto atteso che un'organizzazione eviti qualsiasi comportamento discriminatorio, sia diretto sia indiretto, nei confronti di ogni individuo con cui interagisce.

Il principio di non discriminazione è sancito da numerosi strumenti internazionali sviluppati da OIL, OCSE e ONU, che stabiliscono diritti fondamentali e linee guida per la tutela delle persone da trattamenti ingiusti.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. riconosce la non discriminazione come un principio fondamentale per garantire un ambiente di lavoro etico, sicuro e rispettoso della dignità di ogni persona. L'organizzazione considera inaccettabile qualsiasi forma di trattamento diseguale, diretto o indiretto, che possa limitare l'accesso a diritti, opportunità o benefici sulla base di caratteristiche personali non pertinenti alle capacità e ai meriti individuali.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

➤ **Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate:**

L'azienda dichiara che nel corso dell'anno 2025 non si sono verificati né sono stati segnalati episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione e conferma il proprio impegno a garantire un ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso e fondato sui principi di pari opportunità e correttezza.

¹⁵ Per approfondimenti consultare GRI standard: “GRI 413: Comunità Locali 2016”

SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI

[GRI 416]

PRESENTAZIONE DEL TEMA¹⁶

Si riferisce alle misure adottate per garantire la sicurezza dei prodotti o servizi offerti, proteggendo i clienti da rischi o danni. Questo include test di sicurezza, etichettature chiare e conformità con le normative di settore. La tutela dei clienti è fondamentale per rafforzare la fiducia e la reputazione aziendale.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. attribuisce la massima importanza alla tutela della salute e della sicurezza dei propri clienti, assicurando che i prodotti e i servizi offerti rispettino i più elevati standard di qualità, conformità normativa e affidabilità. Tale impegno rappresenta un elemento centrale della strategia aziendale e contribuisce in modo determinante al consolidamento della fiducia, della reputazione e della sostenibilità dell'organizzazione nel lungo periodo.

I prodotti commercializzati provengono esclusivamente da filiere certificate e sono sottoposti a rigorosi controlli al fine di garantire elevati livelli qualitativi e di sicurezza. Nell'ambito del processo di qualifica e monitoraggio dei fornitori, l'azienda richiede periodicamente l'esecuzione di analisi sui prodotti, con cadenza almeno annuale. Inoltre, sulla base della valutazione interna del rischio, Alea Food S.r.l. effettua ulteriori analisi in laboratorio avvalendosi di laboratori accreditati, a conferma della conformità dei prodotti ai requisiti applicabili.

L'organizzazione adotta un approccio preventivo volto a prevenire potenziali effetti negativi sulla salute e sulla sicurezza dei clienti. Eventuali reclami, segnalazioni o lamentele ricevute tramite il servizio clienti vengono gestiti con tempestività, attivando, ove necessario, adeguate azioni correttive per la risoluzione delle criticità riscontrate.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

¹⁶ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016"

- **Informativa 416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi:** l'azienda monitora e valuta gli impatti sulla salute e la sicurezza di tutti i propri prodotti.
- **Informativa 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi:** durante il 2025 non si sono verificati né sono stati segnalati episodi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi.



MARKETING ED ETICHETTATURA

[GRI 417]

PRESENTAZIONE DEL TEMA¹⁷

Questo Standard tratta il tema dell'etichettatura e delle informazioni su prodotti e servizi e delle comunicazioni di marketing.

Questo include l'accesso da parte dei clienti a informazioni accurate e adeguate sugli impatti economici, ambientali e sociali, sia positivi che negativi, dei prodotti e servizi di cui i clienti usufruiscono.

Comunicazioni di marketing eque e responsabili, oltre all'accesso a informazioni sulla composizione dei prodotti, e sul loro corretto uso e smaltimento, possono aiutare i clienti a fare scelte basate su dati concreti e favorire il consumo consapevole.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. adotta pratiche di comunicazione e marketing trasparenti e responsabili, assicurandosi che tutte le informazioni fornite su prodotti e servizi siano chiare, corrette e verificabili. L'etichettatura accurata e il rispetto delle normative sulla comunicazione commerciale sono considerati fondamentali per tutelare i clienti e rafforzare la fiducia nel brand.

L'organizzazione verifica che i materiali informativi e promozionali rispettino le normative vigenti, evitando dichiarazioni fuorvianti o ambigue. Particolare attenzione è posta alla conformità delle etichette, alle istruzioni d'uso e alle informazioni su sicurezza, impatti ambientali o sociali.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

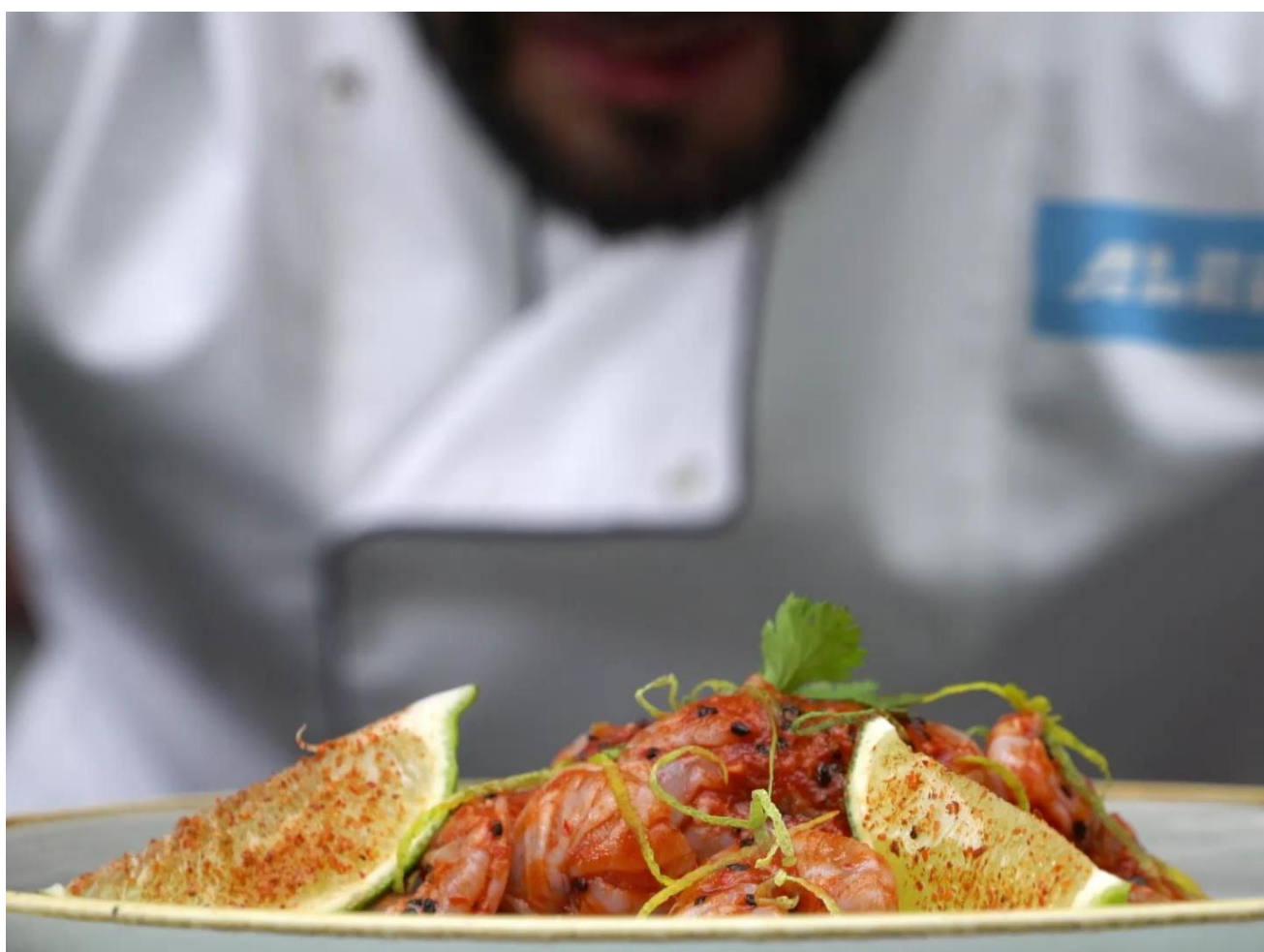
- **Informativa 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi:**

¹⁷ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 417: marketing ed etichettatura 2016"

Le procedure dell'organizzazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi prevedono l'informazione su:

- l'origine dei componenti
- il contenuto dei prodotti, con particolare riferimento alle sostanze a potenziale impatto ambientale o sociale
- le modalità di utilizzo sicuro
- le indicazioni per lo smaltimento e i relativi impatti ambientali o sociali.

➤ **Informativa 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi:** Nel periodo di riferimento non si sono verificati episodi di non conformità che abbiano comportato un avviso o l'applicazione di sanzioni o penali.



PRIVACY DEI CLIENTI [GRI 418]

PRESENTAZIONE DEL TEMA ¹⁸

Copre la protezione dei dati dei clienti raccolti dall'organizzazione, assicurandosi che siano trattati in modo conforme alle leggi sulla privacy. La tutela dei dati è cruciale per prevenire abusi e rafforzare la fiducia dei clienti, soprattutto in un contesto digitale come quello in cui viviamo.

DESCRIZIONE DEL TEMA IN AZIENDA

Alea Food S.r.l. riconosce la protezione dei dati dei clienti come un elemento centrale per costruire rapporti di fiducia e assicurare la conformità alle normative in materia di privacy. Il trattamento dei dati avviene nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR) e delle disposizioni nazionali contenute nel D.lgs. 30 giugno 2003, n. 196 – *Codice in materia di protezione dei dati personali*, come modificato e integrato dal D.lgs. 10 agosto 2018, n. 101.

L'organizzazione opera in conformità ai principi stabiliti dall'art. 5 del GDPR, tra cui: liceità, correttezza, trasparenza, limitazione della finalità, minimizzazione dei dati, esattezza, limitazione della conservazione, integrità, riservatezza e responsabilizzazione del titolare.

Alea Food S.r.l. ha adottato misure tecniche e organizzative adeguate a garantire la sicurezza dei dati trattati, prevenendo accessi non autorizzati, perdite accidentali o utilizzi impropri. A tutela della privacy dei clienti e dell'azienda stessa, l'organizzazione si avvale inoltre del supporto di una società esterna specializzata nella gestione della cybersecurity, incaricata di presidiare i sistemi informativi e di rafforzare le misure di protezione adottate. Particolare attenzione è infine riservata alla formazione del personale, alla revisione periodica delle policy aziendali in materia di privacy e all'aggiornamento continuo dei sistemi informativi.

Nel corso del periodo di rilevazione, in riferimento al presente tema materiale si sono evidenziate le seguenti informazioni:

¹⁸ Per approfondimenti consultare GRI standard: "GRI 418: privacy dei clienti 2016"

➤ **Informativa 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti**

Nel periodo di riferimento, l'organizzazione dichiara di non aver ricevuto denunce comprovate relative a violazioni della privacy dei clienti, né da parte di terzi né da parte di autorità o organi regolatori. Inoltre, non sono stati identificati episodi di fuga, furto o perdita di dati dei clienti. Si precisa infine che non risultano violazioni riconducibili a eventi occorsi in esercizi precedenti.





STATO AVANZAMENTO OBIETTIVI

2026-27

Per il periodo 2026-2027, l'azienda ha definito una serie di obiettivi di sostenibilità a breve e medio termine. Questi obiettivi sono stati sviluppati con l'intento di migliorare gradualmente le performance ambientali, sociali e di governance (ESG) e sono allineati con le attuali capacità e risorse aziendali.

Tabella 1: Riepilogo azioni ambito Ambiente

AREA	OBIETTIVI
AMBIENTE	Incrementare l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili.
	Ottimizzare la logistica per diminuire l'impatto ambientale dei trasporti.
	Ridurre l'utilizzo di plastica monouso negli uffici e nei processi aziendali.
	Monitorare e contenere il consumo idrico aziendale.

Tabella 2: Riepilogo azioni ambito Sociale

AREA	OBIETTIVI
SOCIALE	Migliorare il benessere organizzativo e il clima aziendale.
	Promuovere politiche di work-life balance.
	Rafforzare le iniziative di welfare aziendale.
	Garantire percorsi di formazione continua per tutti i dipendenti.

Tabella 3: Riepilogo azioni ambito Governance

AREA	OBIETTIVI
GOVERNANCE	Rafforzare i principi di etica e trasparenza aziendale.
	Garantire una comunicazione chiara verso stakeholder e clienti.
	Definire KPI di sostenibilità monitorati annualmente
	Rafforzare la cultura aziendale orientata alla sostenibilità.
	Garantire la tutela dei dati e la sicurezza informatica

GRI INDEX

Alea Food S.r.l. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01/01/2025 – 31/12/2025 con riferimento agli Standard GRI.

GRI 002-1 - DETTAGLI ORGANIZZATIVI	19
GRI 002-22 - DICHIARAZIONE SULLA STRATEGIA DI SVILUPPO SOSTENIBILE	27
GRI 002-29 - APPROCCIO AL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDERS	29
GRI 002-6 - ATTIVITÀ, CATENA DEL VALORE E ALTRI RAPPORTI DI BUSINESS.....	19
GRI 002-7 - DIPENDENTI.....	19
GRI 002-8 - LAVORATORI NON DIPENDENTI.....	19
GRI 003 - TEMI MATERIALI 2021.....	32
GRI 204 - PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016.....	37
GRI 204-1 - PROPORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI.....	37
GRI 301 - MATERIALI 2016.....	40
GRI 301-1 - MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME.....	41
GRI 301-3 - PRODOTTI RECUPERATI O RIGENERATI E RELATIVI MATERIALI DI IMBALLAGGIO.....	41; 42
GRI 302 - ENERGIA 2016.....	43
GRI 302-1 - ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE	44
GRI 305 - EMISSIONI 2016.....	46
GRI 308 - VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016	47
GRI 308-1 - NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI AMBIENTALI	48
GRI 308-2 IMPATTI AMBIENTALI NEGATIVI NELLA CATENA DI FORNITURA	48
GRI 401 - OCCUPAZIONE 2016	50
GRI 401-1 - NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER.....	50
GRI 401-2 - BENEFIT PREVISTI PER I DIPENDENTI A TEMPO PIENO, MA NON PER I DIPENDENTI PART-TIME O CON CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO	51
GRI 401-3 - CONGEDO PARENTALE.....	51
GRI 402 - RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT 2016	52
GRI 402-1 - PERIODO MINIMO DI PREAVVISO PER CAMBIAMENTI OPERATIVI.....	52
GRI 404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016	53
GRI 404-1 - ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE.....	53
GRI 404-2 - PROGRAMMI DI AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEI DIPENDENTI E PROGRAMMI DI ASSISTENZA ALLA TRANSIZIONE	53
GRI 404-3 - PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE RICEVONO UNA VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE E DELLO SVILUPPO PROFESSIONALE.....	54
GRI 405 - DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA'2016	55
GRI 405-1 - DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI.....	55
GRI 406 - NON DISCRIMINAZIONE 2016	57
GRI 406-1 - EPISODI DI DISCRIMINAZIONE E MISURE CORRETTIVE ADOTTATE	57
GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016	58
GRI 416-1 - VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA PER CATEGORIE DI PRODOTTO E SERVIZI	59
GRI 416-2 - EPISODI DI NON CONFORMITÀ RIGUARDANTI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA DI PRODOTTI E SERVIZI	59
GRI 417 - MARKETING ED ETICHETTATURA 2016	60
GRI 417-1 - REQUISITI IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI	60
GRI 417-2 - EPISODI DI NON CONFORMITÀ IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI.....	61
GRI 418 - PRIVACY DEI CLIENTI 2016	62
GRI 418-1 - DENUNCE COMPROVATE RIGUARDANTI LE VIOLAZIONI DELLA PRIVACY DEI CLIENTI E PERDITA DI DATI DEI CLIENTI	63



PLATINUM

SUSTAINABILITY REPORT

A seguito della rendicontazione di sostenibilità

si attesta che



ha redatto

il **Report di Sostenibilità**

relativo all'anno 2025

La redazione del Report è il primo punto di arrivo
nel **percorso di sviluppo e sostenibilità** che l'Azienda
ha perseguito con impegno e dedizione.





Bilancio di sostenibilità

2025

Prepared by ALA s.r.l.

Via O. Fallaci, 38 / 25030 Castel Mella (BS)
Tel. +39 030 40265 / esg@gruopponsa.it

www.alafinanzagevolata.it