BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2024

OROPAN Spa

SOMMARIO

Lettera Agli Stakeholder 4
La storia e i principali fatti societari 8

Capitolo 1 – Chi siamo 12

L'azienda e i prodotti 13
Il pane come tradizione comanda 14
Le materie prime del nostro pane 14
Gli elementi caratterizzanti 15
del nostro pane 15
I nostri prodotti 16

Mission, Vision e Filosofia 20
I valori in cui crediamo 22
I risultati economici e di Mercato 24
Sviluppo internazionale 31
Analisi di performance rispetto alla media del mercato 32

L'innovazione di oropan gesti antichi, gestione moderna 33
Processo produttivo 36
Prodotto-Servizio 37
Processi Gestionali 38
Comunicazione 39
Investimenti 42
Presidi per una corretta gestione dell'innovazione 43

Le certificazioni di Oropan 44
Le certificazioni di Sistema 45
Le certificazioni di Prodotto 50

Premi 52

Capitolo 2 – La sostenibilità in Oropan 56

L'analisi di Materialità 58
La strategia di sostenibilità 68

Macrobiettivi di sostenibilità e principali obiettivi realizzativi 69
Pilastro I: La sostenibilità in azienda 69
Pilastro II: La cura dell'ambiente 70
Pilastro III: Valore per il mercato, la filiera e il territorio 71
Pilastro IV: Innovazione e crescita economica 71

Capitolo 3 – Informativa ambientale 72

Consumi energetici ed emissioni 74
La gestione della risorsa idrica 77
La gestione delle materie prime e dei rifiuti 78

Capitolo 4 – Informativa sociale 82

Le persone 83
Il welfare aziendale e il work-life balance 84
Il valore delle persone 85
La selezione e la gestione delle risorse umane 91
Promozione della diversità e delle pari opportunità 96
Training e formazione 98
Salute e sicurezza 101

La catena di fornitura 103
La promozione di una filiera di qualità 103

L'impegno per i clienti e per il territorio 105
I clienti e i consumatori 105
Qualità e sicurezza alimentare 106
Le principali iniziative esg nell'ambito della comunità 107

Capitolo 5 – Informativa di governance 114

La governance di Oropan 116
Gli organi di governance 116
Organigramma Oropan 121

Gli strumenti per la gestione della sostenibilità 123
Il sistema di controllo 124

Nota Metodologica 128
Gri Index 130

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

GRI 2-22

Gentili Stakeholder,
è con profondo senso di responsabilità che vi presentiamo la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Oropan S.p.A., relativo all'anno 2024. Questo documento, oltre ad essere un atto di trasparenza e rendicontazione, è il racconto di un percorso di evoluzione culturale, manageriale e valoriale che la nostra azienda ha intrapreso con convinzione e coerenza, consapevole del ruolo sempre più centrale che la sostenibilità riveste nelle strategie di lungo periodo.

Lungo questo cammino, abbiamo rafforzato la nostra visione sistemica, integrando pienamente i criteri ESG (ambientali, sociali e di governance) nei processi decisionali e nel modello di business. La sostenibilità non è più una componente accessoria: è la bussola che orienta ogni nostra scelta. È un patto che stringiamo ogni giorno con le persone, con il territorio, con l'ambiente e con le generazioni future.

Il 2024 si è rivelato un anno di consolidamento strategico, nonostante le incertezze e le complessità del contesto economico internazionale, caratterizzato da instabilità geopolitiche, rialzi dei costi energetici e pressioni inflattive. In questo scenario, Oropan ha saputo rafforzare la propria posizione competitiva, investendo nella qualità, nell'innovazione, nella digitalizzazione e, soprattutto, nella sostenibilità come leva trasversale e distintiva.

Il presente bilancio è stato redatto secondo gli Standard GRI 2021, in conformità all'opzione "in accordance" e aggiornato secondo i principi della doppia materialità (materialità d'impatto e finanziaria). Il processo ha coinvolto i principali stakeholder — interni ed esterni — attraverso consultazioni strutturate e momenti di ascolto, funzionali all'aggiornamento dell'analisi di materialità, che ha portato a identificare 11 tematiche materiali prioritarie.

Tale approccio ci consente di misurare e comunicare non solo gli impatti economici, ambientali e sociali generati dall'azienda, ma anche i rischi e le opportunità derivanti dai cambiamenti di contesto, in linea con le aspettative del mercato, degli investitori e della normativa europea (CSRD e Taxonomy UE).

Anche per l'anno 2024, il bilancio recepisce gli obiettivi e le azioni individuate e che sono parte del nostro Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, articolato su 4 Pillar:

1. Sostenibilità interna e cultura d'impresa
2. Cura dell'ambiente
3. Valore per la filiera e il territorio
4. Innovazione e crescita economica

Nel 2024 Oropan ha confermato la propria traiettoria di crescita, facendo registrare un fatturato lordo di 47 milioni di €, con un incremento rispetto al 2023 del +4,5%, chiudendo l'esercizio con un utile dopo le imposte di oltre 8 milioni di €, in crescita dell'8,7% rispetto al 2023.

La nostra strategia commerciale si è concentrata sulla valorizzazione dei segmenti ad alto valore aggiunto (in particolare con il brand FORTE), sulla differenziazione dei canali distributivi e sulla penetrazione nei mercati esteri, fatturato quest'ultimo che ha registrato un +15,4% rispetto al 2023.

Il 2024 ha visto l'azienda impegnata in un ambizioso programma di implementazione delle politiche ambientali, con l'ottenimento di quattro nuove certificazioni, che ci posizionano tra le aziende più avanzate del comparto bakery in termini di gestione ambientale:

- **ISO 14046 (Water Footprint);**
- **ISO 14064-1 (Carbon Footprint – organizzazione);**
- **ISO 14067 (Carbon Footprint – prodotto);**
- **EASI® - Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato**

In particolare, il lancio del primo **pane fresco al mondo certificato ISCC Plus**, realizzato con **semola rimacinata 100% pugliese** e presente nei punti vendita della GDO a partire da maggio 2024, rappresenta un primato internazionale, frutto di un lavoro integrato tra agricoltori, molini e Oropan, per una filiera corta, tracciabile, rigenerativa.

In tale quadro di evoluzione aziendale, si colloca la presentazione del **rebranding Forte** ai responsabili della GDO organizzata in occasione della 22^ edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione – CIBUS di Parma. Un momento storico per la nostra azienda perché, dopo molti anni, abbiamo deciso di rinnovare la nostra immagine, ridefinendo i valori della marca, e presentando al mercato un'identità che celebra il nostro passato ma guarda con entusiasmo al futuro. Un chiaro posizionamento strategico, in ottica sostenibile.

La modernizzazione del nostro logo, pur nel rispetto della nostra tradizione, simboleggia il nostro impegno a evolverci senza mai perdere di vista chi siamo davvero. Questo progetto ha richiesto creatività, coraggio e tanta collaborazione, e i risultati, siamo lieti di poter condividere, sono stati accolti con entusiasmo dai nostri clienti e partner, facendo registrare delle performance in termini di risultati delle vendite a due cifre.

Sul fronte della sostenibilità energetica, nei prossimi mesi **sostituiremo gli impianti fotovoltaici esistenti con impianti di nuova generazione**, più performanti e ad alta efficienza, **con una potenza complessiva di 710 kW**. Questo intervento è finalizzato a incrementare l'autoproduzione di energia da fonte rinnovabile, ridurre il fabbisogno energetico da fonti fossili e contribuire in maniera significativa alla decarbonizzazione del processo produttivo.

A seguito della realizzazione di tale investimento è previsto nei successivi 15 anni un incremento della produzione di Kwh pari a circa **11,5 milioni** rispetto alla produzione degli impianti attuali parametrata al medesimo periodo. A parità di consumi, i nuovi impianti fotovoltaici porteranno un **incremento dell'autoproduzione di energia pari al 100% passando dall'attuale 10% al 20%**.

I nuovi impianti, su base annua, consentiranno una **minore immissione di CO_2 nell'ambiente pari a 351.000 tonnellate,** mentre su base venticinquennale è prevista **una minore immissione di CO_2 pari a circa 9 milioni di tonnellate**. Oropan ha intrapreso da diversi anni un percorso virtuoso in ambito di sostenibilità e ha pubblicamente dichiarato di **voler raggiungere la Carbon neutrality entro fine 2029** (scope 1 e scope 2).

La nostra strategia ambientale mira a **decarbonizzare i processi produttivi**, **ottimizzare l'uso idrico** e **ridurre gli sprechi alimentari**, con l'obiettivo di contribuire agli SDGs 6, 7, 12 e 13 dell'Agenda 2030.

Al centro del nostro percorso, ancora una volta abbiamo messo le persone: il cuore pulsante di Oropan. Nel 2024 abbiamo raggiunto quota **180 dipendenti**, con un incremento dell'occupazione femminile e della componente under 35. A loro abbiamo dedicato:

- oltre 5.853 ore di formazione, con focus su soft skill, digitalizzazione, sicurezza, sostenibilità;
- un nuovo piano di welfare aziendale, che include convenzioni per l'ottenimento di migliori condizioni per assistenza sanitaria integrativa, previdenza complementare, tempo libero, cultura e sport, Education e Childcare oltre ad agevolazioni per accesso a finanziamenti e coperture assicurative a costi competitivi e con modalità snelle e veloci;
- un Comitato Parità di Genere e iniziative formative in linea con la certificazione UNI/PdR 125:2022;
- il rafforzamento del benessere organizzativo, anche attraverso una survey interna di clima e il miglioramento degli ambienti di lavoro al fine di renderli, oltre che sicuri, sempre più confortevoli e sostenibili.

Abbiamo partecipato all'indagine **Ecovadis**, ottenendo la **medaglia di bronzo**, che ci posiziona nel **12% delle aziende migliori al mondo del settore della produzione di altri prodotti alimentari** per performance ambientali, pratiche lavorative e diritti umani, acquisti sostenibili ed etica.

La governance della sostenibilità è presidiata da un **Comitato Sostenibilità e Rischi a supporto del CdA**, operativo dal 2023, e supportata da un **ESG Team interfunzionale**. Abbiamo rafforzato le policy aziendali su:

- codice etico
- diritti umani e lavoro dignitoso,
- gestione dei rischi ESG,
- sostenibilità di filiera e acquisti responsabili.

Il legame con la comunità locale e il territorio di Altamura e della Puglia continua ad essere una leva valoriale e strategica per l'azienda. Attraverso il **Museo del Pane di Vito Forte, di proprietà Oropan,** promuoviamo un modello di **Heritage Marketing** che valorizza la tradizione e genera impatti positivi in termine di evoluzione, promozione e valorizzazione culturale e formativa.

Oropan privilegia i **rapporti di fornitura con aziende del territorio** per incentivare lo sviluppo della comunità locale e valorizzare le caratteristiche della materia prima presente nell'area geografica di appartenenza. Attualmente, l'azienda collabora con circa 400 fornitori direttamente coinvolti lungo tutta la catena di creazione del valore, tutti situati in Italia e prevalentemente fornitori di prodotti agroalimentari localizzati in Puglia.

Sempre come elemento di sostegno al territorio, una fondamentale importanza ha avuto l'attivazione della **Oropan Academy**, la prima accademia del pane dedicata al mondo della panificazione: un innovativo percorso di formazione gratuita della durata di un anno e che è stato finalizzato alla formazione di due tipologie di profili, quello del panificatore e quello di addetto alla manutenzione e all'installazione degli impianti civili ed industriali.

Questa iniziativa, fortemente voluta da Oropan, ha dato infatti l'opportunità di assunzione e formazione con contratto di apprendistato di 1° livello a 15 ragazzi di età compresa tra i 18 e 25 anni. Il percorso formativo di 300 ore in aula e 500 ore on the job, e tutt'ora in corso di esecuzione, ha permesso ai ragazzi selezionati di conseguire un attestato di qualifica professionale diventando uno specialista della manutenzione alimentare o della panificazione.

Volontà dell'azienda è stata quella di dare nuova linfa ad una professione, quella del panificatore, che ha segnato e segna la storia e la cultura della città di Altamura.

La strada che abbiamo intrapreso ci impone di continuare a migliorare. Per questo, nel triennio 2025-2027 ci siamo posti come obiettivo ambizioso di:

- potenziare la **rendicontazione ESG in ottica CSRD**, con indicatori quantitativi integrati;
- definire una **Strategia Climatica aziendale** con target di riduzione emissiva SBTi;
- investire in **prodotti a basso impatto ambientale**, privilegiando ingredienti rigenerativi e packaging compostabile;
- rafforzare la **diversità e l'empowerment femminile**, anche nei ruoli apicali;
- ampliare il perimetro del nostro impatto sociale sul territorio.

Il pane, simbolo universale di nutrimento e condivisione, è per noi anche simbolo di responsabilità. È il filo che unisce passato, presente e futuro, tradizione e innovazione, impresa e comunità.

Oropan vuole essere sempre più un'**azienda rigenerativa**, capace di creare valore condiviso lungo tutta la filiera, riducendo gli impatti e moltiplicando le opportunità per le persone e il pianeta.

A voi — collaboratori, clienti, fornitori, istituzioni, consumatori, partner — va il nostro grazie più sincero. Continueremo a camminare insieme con passione, trasparenza e determinazione, certi che ogni gesto quotidiano, se guidato da valori autentici, può contribuire a costruire un futuro migliore.

Con fiducia e gratitudine,

Lucia Forte

Amministratore Delegato
Oropan S.p.A.

LA STORIA E I PRINCIPALI FATTI SOCIETARI

Il racconto della storia di un'azienda non è una descrizione sterile, bensì l'insieme dei sogni, delle sfide e delle conquiste di chi l'ha fondata e tramandata nel tempo, nonché dei collaboratori che hanno contribuito al suo sviluppo. Conoscerne la storia significa, infatti, comprenderne la cultura, i valori, la visione e le strategie che ne hanno guidato lo sviluppo e il successo.

ANNI '50

- Nel 1956: **Vito Forte** all'età di 13 anni inizia a lavorare come **garzone** presso uno dei **forni medievali più antichi di Altamura**, ritirando il pane impastato dalle massaie per portarlo a cuocere nel forno.

ANNI '60

- **Vito Forte apre un piccolo forno a legna**, dove inizia la propria attività consegnando il pane a domicilio;
- Successivamente, **acquista un nuovo forno**, aumentando così la produzione di pane. Il suo forno diventa ben presto conosciuto grazie alla qualità dei suoi prodotti.

ANNI '70

- 1973: la produzione si moltiplica di anno in anno e Vito Forte dà avvio alla propria attività con la ditta Individuale "**Casa del pane di Vito Forte**", un nuovo forno in grado di soddisfare la crescente domanda di pane di Altamura.

ANNI '90

- 1992: viene fondata **Oropan Srl**, che si trasformerà poi in **Oropan Spa**. La società di Vito Forte continua a crescere, costruendo un **nuovo stabilimento**, adottando nuove **tecnologie,** e diventando uno dei **leader del mercato;**
- 1999: Oropan ottiene la **ISO 9001**, norma principe nell'ambito della gestione qualità, fortemente custom-oriented, sulla quale sono state innestate tutte le altre norme tecniche.

2008

- Oropan ottiene le due certificazioni di sistema:
  - **BRCGS,** che assicura la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari proposti ai consumatori, dai fornitori e rivenditori della GDO;
  - **IFS**, che verifica l'efficace selezione dei fornitori food a marchio della GDO, sulla base della loro capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge.

2018

- Entra in vigore il **Codice Etico di Oropan**, quale "Carta dei diritti e dei doveri morali" che in una società definisce le responsabilità etico-sociali e i principi cui devono attenersi tutti i partecipanti alle attività lavorative; nel mese di gennaio 2024 è stata rilasciata la terza release;
- Dicembre: Oropan **cambia modello di governance**, sancendo il passaggio da Amministratore Unico pro-tempore al Consiglio di amministrazione composto da 6 membri.

2019

- Maggio: viene inaugurato ad Altamura il **Museo del pane di Vito Forte**, che sorge all'interno di uno dei forni medioevali più antichi di Altamura ristrutturato utilizzando esclusivamente fondi privati. Il Museo è nato con l'obiettivo di promuovere e valorizzare la cultura del pane e raccontare la storia di un successo imprenditoriale. **E' da subito** entrato a far parte della grande rete associativa di MUSEIMPRESA-Associazione Italiana Archivi e Musei d' Impresa, rete nazionale per la promozione e la valorizzazione dell'identità e della cultura d'impresa.

2020

- Gennaio: Oropan adotta volontariamente il **Modello Organizzativo, di Gestione e Controllo** ai sensi del D.Lgs. 231/2001, (MOGC);
- Marzo: Oropan ottiene dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) il **Rating di Legalità** con il punteggio ★★++.

2022

- Il percorso di **sostenibilità** intrapreso da Oropan si sostanzia nella pubblicazione del **primo bilancio di sostenibilità dell'Azienda,** redatto secondo gli **standard GRI**;
- Viene confermato il punteggio del **Rating di Legalità** già ottenuto nel 2020;
- In maggio l'Amministratore Delegato di Oropan, **Lucia Forte**, viene eletta all'unanimità **Presidente del consorzio per la tutela e la valorizzazione del pane di Altamura DOP.** Tale carica è stata nuovamente confermata con approvazione del bilancio 2024.

2023

- Con delibera del CdA viene istituito il **Comitato Sostenibilità** Oropan successivamente divenuto Comitato sostenibilità e rischi;
- Viene ratificato il **Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025;**
- **Oropan vince l'Oscar del Bilancio 2023, nella categoria Piccole e Medie Imprese non quotate. Unica azienda del Food pugliese premiata**;
- Vengono ottenute diverse certificazioni ambientali e sociali, quali: **SA 8000, ISO 14001, ISO 37001, ISO 45001, PDR 125 e ISCC PLUS**, che garantisce che il pane sia prodotto secondo un modello di sviluppo sostenibile, responsabile ed etico;
- Viene incrementato il punteggio del Rating di legalità, raggiungendo il massimo punteggio di ★★★.

2024

- In occasione della fiera CIBUS, tenutasi a maggio, la Società presenta il **re-branding del marchio FORTE**, basato sui valori fondamentali che guidano Oropan quali Maestria, Autenticità e Benessere, e finalizzato a ricondurre tutta la sua produzione sotto il marchio Forte;
- Sempre nel corso del medesimo evento è stato presentato il primo pane fresco al mondo da filiera sostenibile certificata secondo lo standard **ISCC Plus**, fatto con semola rimacinata di grano duro 100% pugliese;
- Sono state acquisite **4 nuove Certificazioni di cui 3 di sistema**: ISO 14046:2014 WATERFOOTPRINT, ISO 14064- 1:2019 Carbon footprint di stabilimento, e EASI® - Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato ed **1 di prodotto**, ISO 14067:2018 CARBON FOOTPRINT;
- L'Amministratore delegato Lucia Forte, viene nominata Presidente del Comitato Regionale Puglia della Fondazione AIRC

2025

- Nel mese di marzo 2025 Oropan acquisisce **la medaglia di Bronzo rilasciata da Ecovadis**, rientrando nel 12% delle aziende migliori al mondo valutate dal suddetto ente ed appartenenti al settore Produzione di altri prodotti alimentari;
- Oropan aderisce **all'UN Global Compact Network** Italia, rafforzando il proprio impegno verso un modello di sviluppo sostenibile e responsabile.

CAPITOLO 1
Chi siamo

L'AZIENDA E I PRODOTTI

GRI 2-1 GRI 2-6

Oropan S.p.A. nasce ad **Altamura nel 1956** grazie al coraggio e all'intraprendenza di **Vito Forte**, che, circa 70 anni fa, è riuscito a trasformare un piccolo forno medievale, uno dei più antichi della città di Altamura, in un'azienda oggi leader nella produzione di prodotti da forno della panificazione e ambasciatrice, con il suo pane, del Made in Italy nel mondo.

L'azienda dispone di un **vasto assortimento di prodotti, ispirati alla tradizione pugliese,** come pane e panini, focacce, friselle e taralli e opera su differenti segmenti merceologici: dal fresco al surgelato, e all'interno del comparto degli snack. È tra le prime aziende nel panorama agroalimentare italiano dei prodotti da forno e della panificazione per fatturato, numero di addetti, quote di mercato e grado di innovazione tecnologica. **La tradizione declinata al futuro, attraverso l'innovazione sostenibile di prodotto, di processo e di cultura d'impresa**, ha reso Oropan unica ed attrattiva nel mercato globale, tanto da essere **presente in 25 paesi nel mondo**. Oggi, è la prima azienda al mondo a produrre un **pane da filiera sostenibile certificata ISCC Plus con semola rimacinata di grano duro 100% pugliese**, garantendo un modello di sviluppo responsabile ed etico.

Il pane a marchio FORTE si distingue per l'uso esclusivo di semola rimacinata di grano duro e lievito madre accuratamente rinfrescato, custodito e protetto: ingredienti che garantiscono un prodotto sano, gustoso e altamente digeribile. Un pane con caratteristiche uniche per fragranza, gusto e valori nutrizionali, ideale per chi cerca un'alimentazione sana senza rinunciare al piacere del buon cibo. **L'azienda è inoltre il principale produttore del rinomato Pane di Altamura Dop**, per la cui produzione viene utilizzata un'area all'interno dello stabilimento appositamente designata, al fine di aderire scrupolosamente ai requisiti normati dal disciplinare di produzione.

La **strategia di business** di Oropan si fonda sulla capacità di bilanciare tradizione e innovazione e si distingue per l'attenzione alla sostenibilità e alla valorizzazione del proprio capitale umano, garantendo la parità di genere, le pari opportunità, l'inclusione e la valorizzazione della diversità. I **tre pilastri dell'azienda** si concretizzano infatti nel **valore delle persone**, vero capitale umano e intellettuale, il cuore pulsante dell'azienda; nell'**innovazione di prodotto e di processo**, con l'obiettivo di coniugare al meglio tradizione e tecnologia, e nella **differenziazione**, con prodotti che raccontano la storia e l'identità del territorio pugliese, portando l'eccellenza della panificazione italiana nel mondo. A questo si associano anche gli asset che guidano il brand Forte nel raggiungimento degli obiettivi: **Autenticità,** intesa come profonda appartenenza al territorio; **Maestria,** quella delle sapienti mani dell'artigiano, capace di combinare gli ingredienti per dar vita ad un prodotto unico per le sue caratteristiche; **Benessere**, la vocazione a prendersi cura delle persone e dell'ambiente in cui esse vivono.

Oltre a ciò, anche l'innovazione e l'attenzione ai nuovi trend di consumo guidano da sempre lo sviluppo del brand. **Nel periodo tra il 2021 e il 2026 l'azienda ha programmato di stanziare circa 1 milione di euro investimenti in R&S: negli ultimi anni ha avviato 3 piani industriali**, ancora in corso, impegnando già risorse finanziarie per oltre 1 milione di euro, realizzando investimenti volti al conseguimento di ulteriore miglioramento tecnologico e organolettico, del livello di sicurezza alimentare, e all'incremento della capacità produttiva.

Il pane come tradizione comanda

Il pane a marchio Forte viene preparato secondo le regole dettate dal metodo tradizionale. L'impasto di semola, acqua, lievito madre e sale è sottoposto a una lenta lievitazione naturale, successivamente lavorato e lasciato a riposare per tre volte prima di essere infornato fino a perfetta cottura. La cura nella scelta e selezione degli ingredienti risponde alla crescente ricerca di prodotti semplici e naturali, particolarmente apprezzati dai consumatori che desiderano alimenti tipici e autentici.

Attraverso formati affettati e confezioni porzionate, Oropan garantisce soluzioni in linea con le nuove abitudini alimentari e che favoriscono un consumo domestico efficiente, riducendo gli sprechi e preservando gusto e freschezza.

Le materie prime del nostro pane

Semola rimacinata di grano duro

Ingrediente principale del nostro pane ed elemento di identità culturale del nostro territorio, la semola rimacinata di grano duro è **ricca di principi nutritivi e antiossidanti** naturali come la luteina, che dona il colore giallo paglierino alla mollica e combatte lo stress ossidativo delle cellule, rallentandone l'invecchiamento.

Lievito Madre

Creato circa 70 anni fa da Vito Forte e di sua proprietà esclusiva, rappresenta l'autentico DNA e l'impronta digitale di tutti i prodotti da forno Forte. **Rinnovi giornalieri di impasto** consentono lo sviluppo di **forme microbiche autoctone** che producono **sostanze spiccatamente aromatiche** tipiche dei prodotti da forno Forte. Si tratta di caratteristiche organolettiche uniche, strettamente legate al territorio e **non replicabili in altre zone geografiche**.

Sale marino cristallino

Nel pane Forte è utilizzato sale marino candido, cristallino, estratto dall'acqua di mare **nelle saline pugliesi**.

Acqua

È un componente di estrema importanza, in quanto le sue caratteristiche influiscono sulla **corretta lievitazione dell'impasto**. Nel pane Forte è impiegata un'acqua **rigorosamente controllata e standardizzata** per garantire il miglior risultato in termini di fragranza e lievitazione.

Gli elementi caratterizzanti del nostro pane

La crosta

bruna, spessa e croccante, ottenuta grazie al processo di cottura ottimale;

L'alveolatura

aperta e regolare, grazie alla lenta lievitazione naturale con lievito madre;

La freschezza

che dura per più giorni grazie all'accurata selezione del migliore grano duro e al tradizionale metodo di lavorazione con lievito madre;

Il profumo

intenso e aromatico grazie all'interazione tra carboidrati e proteine della crosta che si sviluppano durante la cottura;

Il gusto

deciso, ricco, piacevolmente acidulo per la lenta lievitazione con lievito madre;

La mollica

leggera, soffice, dal colore giallo paglierino per l'alto contenuto di antiossidanti naturali del grano duro;

La comodità

del pane già affettato e nelle diverse grammature in base al fabbisogno di ciascuna famiglia, più semplice da utilizzare e da conservare, anche come scorta nel freezer.

I nostri prodotti

Pane Fresco

La gamma di pani freschi Oropan è tra le più complete presenti sul mercato, in quanto in grado di garantire profondità di assortimento per la grande distribuzione, e contemporaneamente offrire prodotti in linea con le abitudini di consumo dei consumatori, che sono sempre più attenti all'origine delle materie prime, agli aspetti legati al benessere, alla salute e alla sostenibilità. In occasione dell'attività di rebranding, l'azienda ha realizzato una ricerca U&A (Usage & Attitude), proprio per poter rivisitare il proprio portafoglio prodotti, in particolare modo, con riferimento al pane fresco, anche per poter essere più in linea rispetto alle aspettative dei consumatori.

L'offerta di pane fresco Forte può essere declinata in:

- **Pane Fresco Sfuso:**

  Una gamma di prodotti ideale per il banco a servizio assistito della GDO: pagnotte di semola rimacinata 100% grano duro pugliese, filoni, o pani di semola rimacinata integrale con semi di lino e girasole, che permettono al punto vendita di offrire un assortimento in grado di soddisfare le variegate esigenze dei propri consumatori. L'azienda offre anche prodotti in vari formati, in pezzature da 0,5 a 7 kg, quest'ultimo ideale per essere porzionato direttamente dal punto vendita;

- **Pane Fresco Confezionato:**

  Con il marchio Forte, l'azienda è presente nei punti vendita con una linea dedicata di pagnotte e filoni, realizzati con semola 100% di grano duro pugliese e disponibili già affettati, così da garantire al consumatore un elevato livello di praticità. Oropan è tra i pochi player sul mercato a offrire una linea di pani a peso fisso con codice EAN.

- **Pane Fresco di semola rimacinata 100% grano duro pugliese da filiera sostenibile certificata ISCC PLUS:**

  Da maggio 2024, Oropan è presente sul mercato con la prima linea al mondo di pani freschi di semola rimacinata 100% grano duro pugliese da filiera sostenibile certificata, in conformità con lo standard internazionale ISCC Plus. **ISCC PLUS** è uno dei migliori standard di certificazione della sostenibilità, che certifica ed è garanzia per il consumatore, che il pane sia **prodotto secondo un modello di sviluppo sostenibile, responsabile ed etico** dal seme alla tavola. La certificazione garantisce la tracciabilità lungo tutta la filiera e il coinvolgimento di tutti i fornitori a monte, quali agricoltori e molitori pugliesi, tramite la promozione e l'adozione di metodi produttivi in grado di tutelare l'ambiente, valorizzare il territorio e contribuire al benessere delle persone. Il tutto consente il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

1. **Zero deforestazione** e la protezione di terreni ad alto stock di carbonio, indispensabile per ridurre gli effetti del cambiamento climatico

2. **Tutela della biodiveristà** intesa come molteplicità e varietà di organismi viventi, nelle loro diverse forme e nei rispettivi ecosistemi, essenziale per la vita del Pianeta

3. **Protezione del suolo, dell'aria e dell'acqua,** che includono l'uso responsabile dei fertilizzanti e dei pesticidi, la conservazione del suolo, del sottosuolo e dell'aria, la corretta gestione dell'acqua

4. **Rispetto dei diritti dei lavoratori** in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

5. **Equa ridistribuzione del valore aggiunto e tracciabilità lungo tutta la filiera** mediante contratti di filiera che riconoscono e premiano gli sforzi di sostenibilità da parte di tutti gli operatori.

Per questa linea, Oropan propone i formati già affettati da 500gr per il pane di semola rimacinata 100% grano duro pugliese, e da 250gr per pani di semola rimacinata 100% grano duro integrale, nella variante biologico, con il 50% meno sale, e con semi di lino e girasole (naturalmente ricco di Omega3). Per questa linea di prodotti, l'azienda ha scelto un packaging in confezione riciclabile in carta certificata FSC, ottenuta da fonti gestite in maniera responsabile.

- **Pane di Altamura DOP:** A completamento della gamma del Pane Fresco, Oropan annovera un'intera linea di Pane di Altamura D.O.P., proposto oltre che sfuso, anche preaffettato e confezionato, prodotto all'interno di un'area dedicata alla sua lavorazione. Il Pane di Altamura D.O.P. si fregia del riconoscimento della denominazione di origine da parte dell'Unione Europea sin dal 2003 ed è il primo pane ad averlo conseguito.

  Tale riconoscimento obbliga tutti i componenti della filiera (agricoltori, molitori e panificatori) a rispettare scrupolosamente i requisiti previsti dal Disciplinare di Produzione, quali ad esempio:

  - varietà, origine e qualità del grano da seminare (solo grano duro delle varietà Appulo, Arcangelo, Duilio e Simeto, coltivato esclusivamente nel territorio della Murgia nord-occidentale nei comuni di Altamura, Gravina di Puglia, Poggiorsini, Spinazzola e Minervino Murge);
  - qualità e modalità di ottenimento della semola rimacinata di grano duro da impiegare;
  - ricetta e modalità operative del flusso di produzione del Pane di Altamura D.O.P. (ad esempio lenta e lunga lievitazione condotta esclusivamente dal lievito madre, più fasi di formatura intervallate dai rispettivi riposi);
  - qualità organolettiche del prodotto finito (ad esempio spessore della crosta di almeno 3 millimetri, identificazione attraverso specifica etichettatura);
  - luogo di produzione (tutte le fasi della filiera, dalla semina alla produzione del Pane di Altamura D.O.P. devono avvenire in un territorio ben delimitato della Murgia nord/occidentale).

Il soddisfacimento dei requisiti dettati dal Disciplinare di Produzione e tutte le fasi della filiera sono sottoposti a verifiche e controlli sistematici, non solo da parte dell'Autorità Pubblica e del Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione del Pane di Altamura D.O.P. attraverso il proprio Agente Vigilatore, ma anche da parte dell'Organismo di Controllo appositamente designato dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste. (M.A.S.A.P.)

Pane Surgelato

All'interno del portafoglio prodotti Oropan, la linea che negli ultimi anni ha evidenziato le performance di vendita più significative è stata quella dei pani rivenienti da surgelazione, il cui andamento è stato favorito anche dalle strategie adottate dalla Grande Distribuzione con riferimento al comparto della panetteria.

Friselle

Nell'ambito del comparto degli snack, Oropan è stata una delle prime aziende a proporre una **linea di Friselle Pugliesi, realizzate utilizzando semola rimacinata 100% grano duro pugliese e lievito madre.** Questo posizionamento distintivo ha permesso all'azienda di diventare leader in questo settore merceologico, offrendo un tipico prodotto della tradizione pugliese, ottenuto mediante una doppia cottura e da consumarsi bagnato con acqua e condito a piacere.

Un ulteriore elemento distintivo della linea di Friselle Forte è l'ampiezza dell'assortimento, che comprende varianti integrali ad alto contenuto di fibre, versioni arricchite con semi di lino e girasole – naturalmente ricche di Omega-3 – e proposte dal gusto più deciso come quelle alla cipolla o al pomodoro e origano. A completare la gamma, un formato esclusivo sul mercato: la Frisella Gigante, realizzata con semola rimacinata di grano duro 100% pugliese.

Taralli

Oropan dispone, inoltre, di una linea di Taralli e tarallini Pugliesi, prodotti con Olio extra vergine d'oliva "Terre di Bari- Bitonto DOP", in grado di garantire ancor più gusto e friabilità a questo prodotto. L'offerta a marchio Forte, si caratterizza anche in questo caso con una gamma composta da numerose varianti: Caserecci, con Semi di Finocchio, Multicereali, Pomodoro ed Origano, Peperoncino, Aglio e Cipolla, presenti sia in formato da 350gr, che in confezione multipack, contenente 10 bustine da 40gr.

Focacce surgelate

Coerentemente con la volontà di offrire al mercato prodotti tipici della tradizione altamurana e pugliese, Oropan ha realizzato una linea di focacce surgelate, ideali per la Grande Distribuzione, in quanto permettono, previa cottura in forno per pochi minuti, di offrire ai clienti un prodotto dalle caratteristiche organolettiche e di gusto elevate, tipiche della focaccia che si può degustare visitando la città di Altamura. Le focacce sono realizzate nei formati da 100gr, 250gr, 700gr, e in teglia da 1,8kg, e in diverse varianti, quali quelle con pomodoro ciliegino ed olive, con patate, con cipolla, e con zucchine, peperoni, cipolla rossa di Tropea IGP.

MISSION, VISION E FILOSOFIA

Mission

"Cultori della Sana ed Equilibrata Alimentazione per offrire solo il meglio della natura nei prodotti da Forno, dalle ricette della tradizione della Nostra Terra di Origine, Altamura".

Vision

"Contribuire alla diffusione nazionale ed internazionale della cultura culinaria e della tradizione di prodotti da forno tipici del territorio di origine, (Altamura, Puglia, Italia), offrendo prodotti ad elevata distintività ed in linea con le specifiche esigenze dei mercati obiettivo".

La Filosofia

"La centralità delle persone, siano esse nostri collaboratori, siano essi consumatori, per noi è il fondamento su cui costruire il nostro futuro. Loro sono protagonisti e fonti di ispirazione per garantire il miglior prodotto possibile. Un prodotto che nella sua semplicità deve essere evocativo di un territorio e della storia dello stesso. Un prodotto che si evolve per rispondere alle trasformazioni dei trend di consumo, ma resta identico per mantenere inalterati i sapori della tradizione. Perché, per noi, la tradizione trova il suo naturale completamento con l'innovazione sostenibile, sia essa di processo che di prodotto, esaltando così nuove idee che ci rendono unici."

I valori in cui crediamo

Oropan ritiene che i valori sui quali si fonda l'operato di un'azienda siano i principi fondamentali che definiscono il modo in cui essa si relaziona con i propri dipendenti, clienti, fornitori, nonché con la comunità e il territorio in cui opera. In tale contesto, Oropan crede fermamente che **la definizione dei valori debba essere frutto di un processo partecipativo e condiviso** tra tutti i membri dell'organizzazione, che rafforzi il senso di appartenenza e di coinvolgimento di tutti gli stakeholder nei confronti dell'Azienda.

Onestà e Integrità

Ogni giorno, lavoriamo con onestà e integrità per garantire il rispetto e la fiducia in noi riposta da tutti gli stakeholder. Poniamo al centro di ogni nostra azione la tutela e integrità dell'uomo e dell'ecosistema.

Assunzione di responsabilità

Ci sentiamo responsabili di ogni nostra azione e la svolgiamo nel migliore dei modi, perché consci dell'importanza che ognuno di noi ha all'interno dell'Azienda. Ciò ci permette di raggiungere gli obiettivi aziendali condivisi.

Senso di appartenenza

Viviamo l'Azienda come una grande famiglia. Essere parte dell'Azienda significa percepire il proprio valore personale e metterlo a disposizione per raggiungere un obiettivo comune. Il benessere dell'Azienda è il nostro benessere.

Cura della soddisfazione del cliente

Il cliente è il capitale più importante per la nostra Azienda. Ogni giorno, lavoriamo affinché la sua scelta, fatta nei nostri confronti, possa essere confermata, soddisfacendo sempre le sue aspettative. Lavoriamo con l'obiettivo di creare un legame che possa rafforzarsi nel tempo.

Sicurezza alimentare

Manteniamo da più di vent'anni i più prestigiosi schemi di certificazione volontaria riconosciuti a livello internazionale. Tali schemi decretano la conformità totale del Sistema Azienda e di tutto il nostro processo, gestionale e produttivo, ai più elevati standard internazionali. L'aderenza a tali predette norme assicura e certifica l'immissione sul mercato di prodotti sicuri e salubri per la salute dei consumatori, oltre che rispondenti ai più elevati standard di qualità.

Innovazione sostenibile e tradizione

L'innovazione è un elemento straordinario, che ci guida nel rapporto tra amore per l'antico e attenzione al futuro. Applicata ad un prodotto tradizionale come il pane, ci consente di evolverlo garantendo le sue qualità organolettiche e nutrizionali, per rispondere efficacemente e con la massima soddisfazione ai nuovi bisogni dei nostri consumatori, contribuendo alla loro sana ed equilibrata alimentazione.

I RISULTATI ECONOMICI E DI MERCATO

GRI 2-1 GRI 2-6

Oropan rappresenta **uno dei principali player nel mercato** della produzione e commercializzazione di prodotti da forno, ed in particolare del pane di Altamura, espressione della tradizione socio-gastronomica del territorio. L'Azienda, infatti, custodisce sapientemente l'arte della panificazione tramandata territorialmente, e ne promuove attivamente la diffusione.

I prodotti di Oropan esprimono quindi una forte **caratterizzazione territoriale,** e rappresentano la cultura alimentare e identitaria del territorio della città di Altamura, sia in Unione Europea che nei Paesi Extra-UE. Una rete distributiva capillare permette, infatti, di far giungere tutti i prodotti, sei giorni su sette, in migliaia di punti vendita serviti su tutto il **territorio nazionale,** e coprire **25 paesi all'estero in Europa, Asia, e America**. La strategia di business di Oropan si fonda sulla capacità di bilanciare tradizione e innovazione, qualità dei prodotti e impatto ambientale, tenendo sempre in considerazione le esigenze dei consumatori.

GRI 201-1

Il 2024 è stato un anno complesso dal punto di vista geopolitico, che ha causato in particolare il **rincaro delle materie prime e un aumento complessivo dei costi di produzione** per le aziende di diversi settori. Dall'altro lato, la riduzione delle quotazioni del gas naturale rispetto all'anno precedente ha contribuito a bilanciare i costi, sebbene non si sia ancora tornati a livelli precrisi.

A livello di trend di mercato, **nel 2024 si confermano le tendenze di consumo già registrate**, ed in particolare l'attenzione dei consumatori verso un pane con caratteristiche salutistiche e per prodotti senza zuccheri aggiunti e dalle proprietà nutritive in linea con le diete bilanciate. Sulla base di questa spinta, numerose aziende del settore dei panificati hanno iniziato a lanciare prodotti con lievito madre e ad alto contenuto proteico, aumentando la concorrenza per alcuni dei prodotti della Oropan.

A livello previsionale, il 2025 sarà un anno ricco di incognite, in particolare per l'approvvigionamento delle materie prime influenzato dalla variabile climatica (es. siccità), che associato ad una domanda interna ed interazionale in aumento in maniera significativa porta all'apertura di scenari complessi.

In questo contesto socioeconomico e geopolitico instabile, i players di settore si stanno impegnando tuttavia per mantenere un **prezzo del prodotto finito stabile**, assorbendo internamente l'aumento dei prezzi di produzione e facendo sì che detta dinamica non si ripercuota sul consumatore finale. Nel corso del 2024, la categoria "pane industriale" ha registrato un decremento sia in termini di volumi (-0,8%), che in termini di valore (-2,5%), con le vendite che si attestano a 174 milioni di euro. Tuttavia, i risultati economico-finanziari conseguiti dalla Oropan nel 2024, riportati nel Bilancio d'esercizio, evidenziano una **crescita in termini economico e finanziario rispetto al 2023**.

Si riportano di seguito i risultati sintetici del 2024 comparati con il 2023, e ai relativi scostamenti:

€/000	Anno 2024	Anno 2023	Variazione	Variazione %
Ricavi Netti	43.669	41.485	2.184	5,3%
Margine Operativo Lordo	14.109	14.414	- 305	-2,1%
Utile Netto	8.666	7.972	694	8,7%
Posizione finanziaria Netta	- 22.048	- 21.391	- 657	3,1%
Patrimonio Netto	48.832	40.365	8.466	21,0%
EBITDA Margin	31,1%	33,1%		-2,0%
EBITDA	13.574	13.739	- 165	-1,2%
MOL/ Ricavi	32,3%	34,7%		-2,4%
Patrimonio Netto/ Posizione Finanziaria netta	2,2	1,9	0,3	17,4%
Posizione finanziaria Netta/ MOL	1,6	1,5	0,1	5,3%

Il bilancio 2024 chiude con un utile dopo le imposte di oltre 8 milioni di €, in crescita dell'8,7% rispetto all'esercizio 2023. Il dato è ancor più apprezzabile considerando che esso include ammortamenti ed imposte di esercizio per oltre 5 milioni. Il conseguente EBITDA 2024 è di oltre 13 milioni, in lieve decremento (-1,2%), rispetto al EBITDA del 2023.

Tale risultato è stato determinato principalmente dall'incremento della voce ricavi delle vendite e delle prestazioni del 5,3%, ottenuto tramite un'attenta politica commerciale che ha assorbito la spinta inflazionistica che ha colpito il mercato alimentare, e da un incremento del costo del personale conseguente a nuove assunzioni, avanzamenti di carriera, e all'adeguamento salariale avvenuto nel secondo semestre 2024 e previsto dal CCNL.

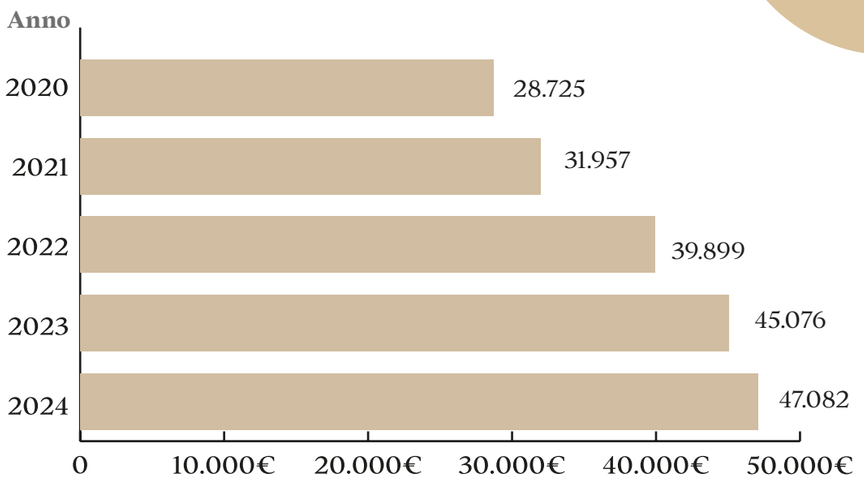
[GRI 201-1] Valore economico direttamente generato e distribuito				
€/000	2022	2023	2024	Delta 2024/2023 %
Valore della produzione (VdP)	39.249	42.778	44.555	+4,2%
Ricavi delle vendite (RV)	36.688	41.485	43.669	+5,3%
Costi del personale/RV	18%	17%	19%	+2%
Acquisti di merci/RV	35%	33%	32%	-1%
Acquisti di servizi/RV	18%	17%	19%	+2%
Godimento beni di terzi/RV	0,07%	0,15%	0,10%	-0,05%
Oneri diversi di gestione	1,3%	2,0%	1,2%	-0,8%

Andamento dei ricavi lordi delle vendite e delle prestazioni

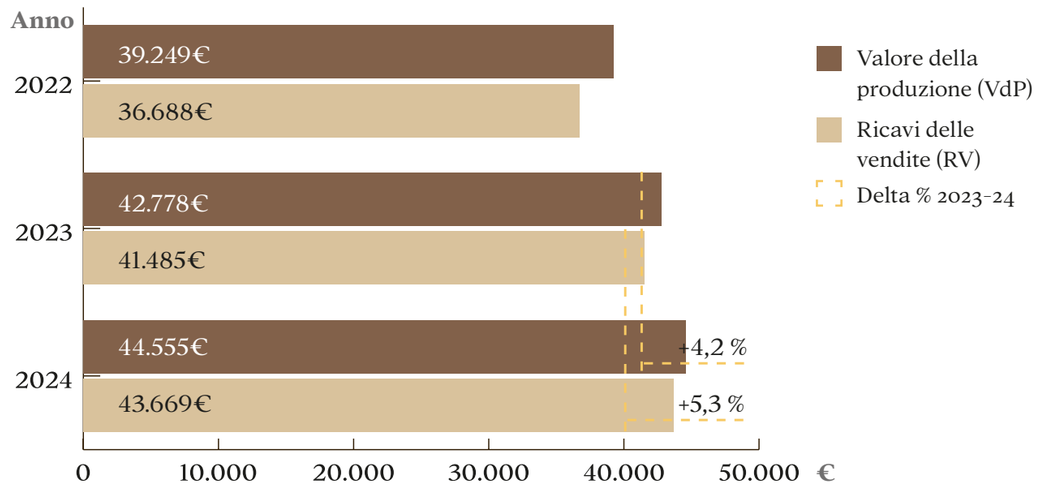
+63,9%
2024 VS 2020

+4,5%
2024 VS 2023

RICAVI LORDI



VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO – Valore della produzione e Ricavi delle Vendite



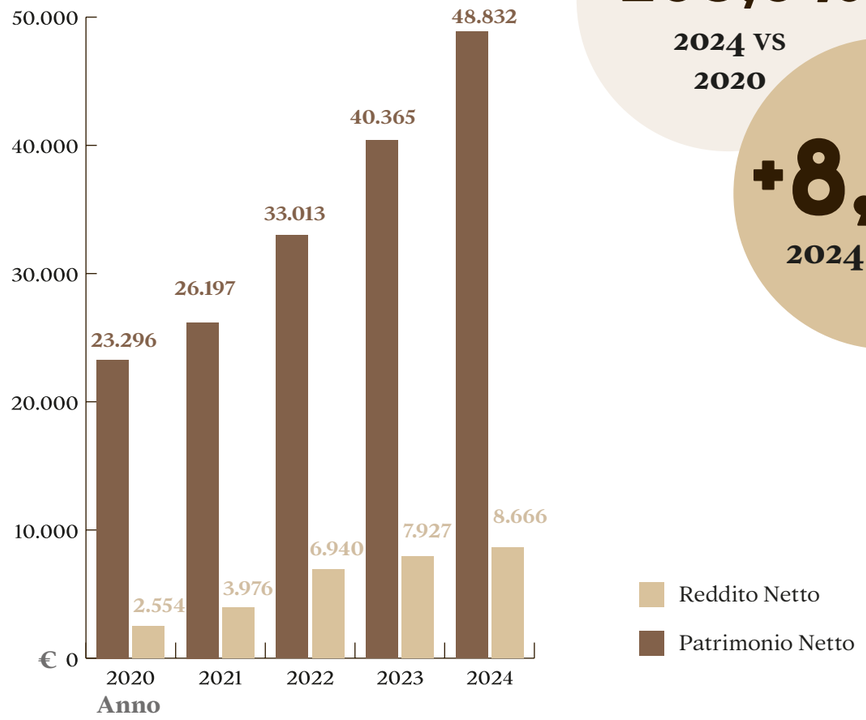
Nel corso dell'ultimo quinquennio, la redditività è sensibilmente cresciuta come evidenziato nella tabella successiva in cui è evidenziato l'andamento del patrimonio netto e del reddito netto.

+109,6%
2024 VS 2020

+21,0%
2024 VS 2023

Patrimonio Netto

ANDAMENTO DEL PATRIMONIO NETTO E DEL REDDITO NETTO D'ESERCIZIO



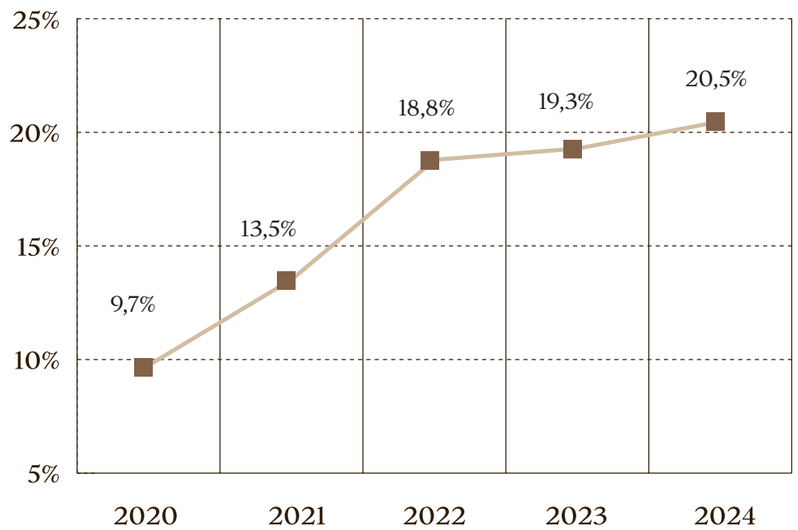
+239,3%
2024 VS 2020

Reddito Netto

+8,7%
2024 VS 2023

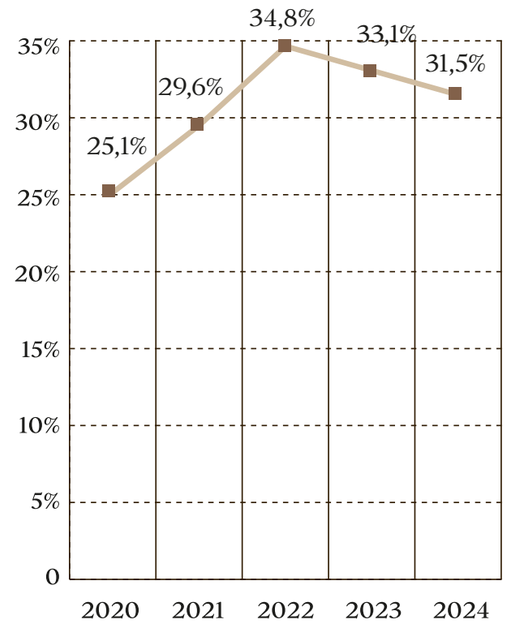
Si evidenzia altresì l'andamento dell'utile netto rispetto ai ricavi conseguiti. Tale rapporto si è più che raddoppiato dal 2020 al 2024.

UTILE NETTO/RICAVI



Anche la marginalità è sensibilmente cresciuta nel corso dell'ultimo quinquennio. Tale crescita è testimoniata dai dati di seguito riportati:

EBITDA/Ricavi

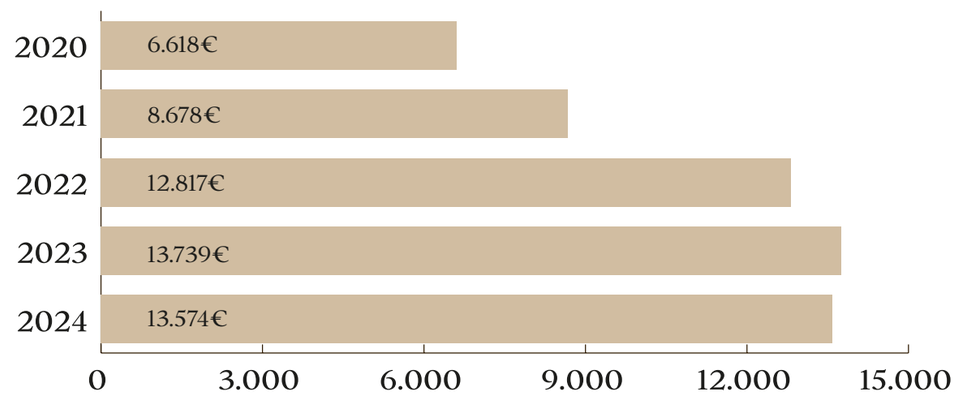


+105,1%
2024 VS 2020

EBITDA

+5,9%
2024 VS 2022

EBITDA



Si riporta di seguito un dettaglio della composizione percentuale del valore economico distribuito e un dettaglio generale del valore economico con la comparazione assoluta e percentuale rispetto all'esercizio precedente.

[GRI 201-1] Valore economico direttamente generato e distribuito	2023	2024	Variazioni	
Valore economico K €			€	%
Valore economico direttamente generato	43.156	45.310	2.155	5%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	41.485	43.669	2.184	5%
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	- 118	145	264	223%
Variazioni dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-	-
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	-	-	-	-
Altri ricavi	1.411	740	- 671	-48%
Proventi da partecipazioni	-	-	-	-
Rettifiche di valore attività finanziarie	377	756	378	100%
Valore economico distribuito	**37.363**	**37.969**	**607**	**2%**
% su Valore economico Dir. Generato	87%	84%	-	-
Costi operativi riclassificati	**21.767**	**22.818**	**1.051**	**5%**
Di cui materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	13.683	14.062	379	3%
Di cui costi per servizi	7.189	8.179	990	14%
Di cui costi per il godimento di beni di terzi	60	42	- 18	-30%
Di cui oneri diversi di gestione	835	535	- 300	-36%
Remunerazione del personale	**7.156**	**8.228**	**1.071**	**15%**
Di cui costi del personale	7.156	8.228	1.071	15%
Remunerazione dei finanziari	**74**	**251**	**177**	**237%**
Di cui interessi passivi e altri oneri finanziari	74	251	177	237%
Remunerazione degli azionisti	**5.200**	**3.000**	**-2.200**	**-42%**
Di cui utili distribuiti/dividendi	5.200	3.000	-2.200	-42%
Remunerazione della pubblica amministrazione	**3.118**	**3.616**	**498**	**16%**
Di cui imposte sul reddito	3.118	3.616	498	16%
Comunità	**47**	**57**	**10**	**21%**
Di cui donazioni e liberalità	47	57	10	21%

[GRI 201-1] Valore economico direttamente generato e distribuito					
Valore economico K €	**2023**	**2024**	**Delta 2024 vs 2023**	**Composizione % del 2023**	**Composizione % del 2024**
Remunerazione dei fornitori	21.767	22.818	1.051	58,3%	60,1%
Remunerazione del personale	7.156	8.228	1.071	19,2%	21,7%
Remunerazione dei finanziari	74	251	177	0,2%	0,7%
Remunerazione degli azionisti	5.200	3.000	-2.200	13,9%	7,9%
Remunerazione della pubblica amministrazione	3.118	3.616	498	8,3%	9,5%
Remunerazione della comunità	47	57	10	0,1%	0,2%
Totale valore economico distribuito	37.362	37.970	607	100%	100%

Sviluppo internazionale

GRI 2-1

Lo sviluppo commerciale internazionale riveste una grande **importanza strategica per Oropan**. Nel 2024, nonostante l'incertezza geopolitica, l'export aziendale ha registrato una crescita del fatturato pari a +15,4% a valore e +13,7% a volume. In coerenza con il piano di internazionalizzazione, vocato al potenziamento della presenza nel mercato Europeo (che vale il 60% dell'export agroalimentare italiano) ed in prospettiva in quello Nord-Americano, sono stati sviluppate nuove iniziative commerciali che hanno determinato la crescita nei mercati obiettivo.

Fermo restando l'irrinunciabile strategicità del **mercato UK,** servito a livello nazionale grazie alla partnership con quattro distributori nel canale Ho.Re.Ca. (Hotellerie, Restaurant e Café) e foodservice, e la presenza dei prodotti Oropan in diverse catene di supermercati, il 2024 è stato dedicato al potenziamento di un mercato chiave come quello tedesco, il principale mercato di sbocco per le esportazioni agroalimentari italiane, con un volume di affari di oltre 10 miliardi di euro nel 2023[1]. In **Germania** è stato siglato un accordo con il più rilevante retailer specializzato e grossista di specialità alimentari italiane con punti vendita di alto profilo diffusi a livello nazionale. Da questa collaborazione è emerso che i pani più legati alla tradizione pugliese (filone e pagnotta) sono quelli che esprimono le maggiori performance in quanto direttamente associati all'unicità del "made in Puglia" che essi promuovono.

In crescita sono altresì mercati embrionali per l'export aziendale come **Hong Kong, Emirati Arabi Uniti, e Hawaii.** Nell' aprile 2024 è stato avviato un progetto di collaborazione con uno dei più importanti distributori del mercato irlandese per il canale Ho.Re.Ca/foodservice. Grazie a questa iniziativa i prodotti Oropan sono oggi offerti in oltre 350 ristoranti e café.

Nel 2024 sono state anche intraprese diverse iniziative progettuali di marketing internazionale, tra le quali **l'adesione al marketplace digitale EMN Europe (Eurotrade Market Network),** piattaforma di marketplace preferenziale per molti retailers internazionali europei, e l'apertura della vetrina digitale sulla piattaforma **primestoresupply.com,** marketplace B2B che mette in connessione produttori, retailers e distributori europei. Oropan è presente anche sulla piattaforma **italianfoodsourcing.com**, un canale legato all'iniziativa editoriale che garantisce visibilità alle aziende agroalimentari italiane nei confronti di buyers internazionali.

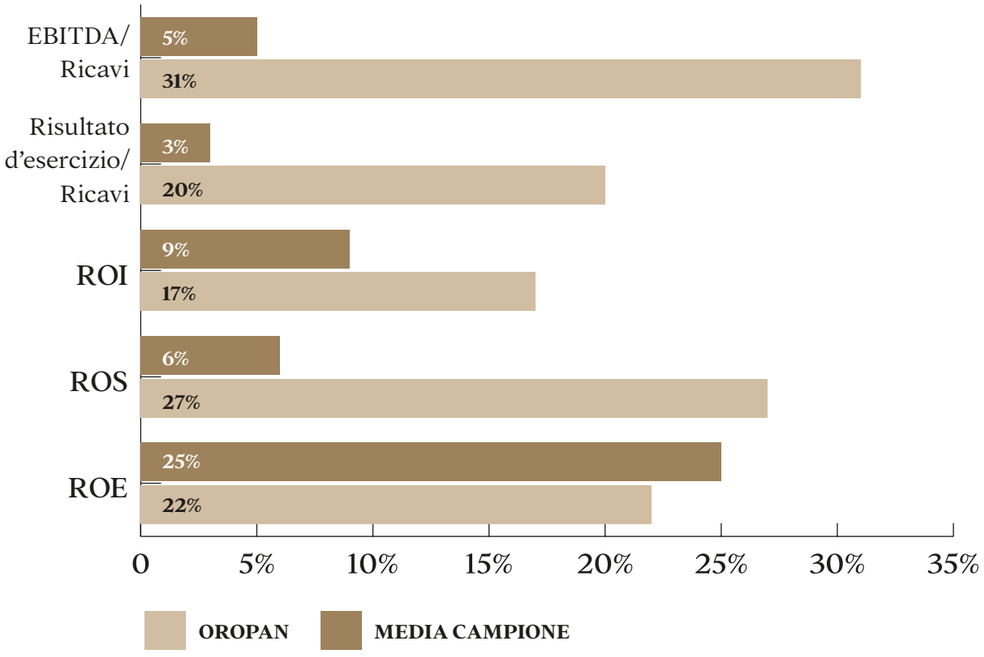
Per il 2025 è invece prevista la partecipazione a due fiere di settore - **PLMA** (Amsterdam, Maggio 2025) e **ANUGA** (Colonia, Ottobre 2025) - e la partecipazione ad una missione imprenditoriale negli Emirati Arabi Uniti organizzata da Intesa SanPaolo, grazie a cui i rappresentanti della Società, attraverso incontri B2B con partner commerciali ed istituzionali potranno confrontarsi approfonditamente in merito alle potenzialità del mercato e alle sinergie commerciali da porre in essere.

1 Fonte: Report Ismea 2/2024

Analisi di performance rispetto alla media del mercato

Oropan verifica periodicamente il proprio posizionamento competitivo sia rispetto al settore di appartenenza (Codice Ateco 10.71.10, Produzione di prodotti della panetteria), sia rispetto a singoli concorrenti. Anche per il 2024 la Società conferma di registrare performance superiori rispetto alla media di settore.

L'analisi comparativa tra i dati del bilancio d'esercizio 2024 di Oropan e quelli medi del campione di settore, composto da otto società concorrenti attive nello stesso mercato e riferiti all'esercizio 2023, evidenzia la forte solidità e redditività dell'impresa. Oropan registra performance nettamente superiori alla media del campione in molteplici indicatori chiave: l'EBITDA sui Ricavi si attesta al 31,1%, rispetto al 5,1% della media, mentre il Risultato d'esercizio sui Ricavi raggiunge il 19,5%, contro appena il 2,5% del benchmark. Anche il ROS mostra un divario rilevante (27,0% Oropan vs 6,0% media). Sebbene il ROI di Oropan sia lievemente inferiore (17,0% contro 18,0%), il ROE si mantiene su livelli elevati (22,0%), appena al di sotto della media del campione (25,0%). Considerando che il campione ha generato ricavi complessivi pari a circa 444 milioni di Euro nel 2023 (+10% rispetto all'anno precedente), tali risultati confermano che Oropan sta proseguendo in un percorso di crescita stabile e organica, con una gestione altamente redditizia e competitiva rispetto ai principali operatori del settore.



L'INNOVAZIONE DI OROPAN GESTI ANTICHI, GESTIONE MODERNA

In Oropan, la tradizione è un principio fondamentale: l'azienda custodisce e applica rigorosamente la ricetta tradizionale e ha consolidato il proprio vantaggio competitivo sia in Italia che a livello internazionale attraverso prodotti di qualità e certificazioni di processo e di prodotto, basandosi sempre sulla valorizzazione delle risorse umane, l'onestà e la trasparenza.

In Oropan, il **processo di innovazione è stato strutturato per perseguire obiettivi quali quantitativi**, volti a perseguire la soddisfazione delle esigenze del mercato globale, offrendo prodotti e servizi competitivi – riconosciuti come differenzianti – al giusto rapporto valore/prezzo.

Tale impegno, presidiato dal gruppo di lavoro dedicato alla **Ricerca e Sviluppo, rispondente al Consiglio di amministrazione** si sviluppa su più fronti migliorando costantemente l'offerta, ottimizzando e introducendo tecnologie di ultima generazione e nuove metodologie operative, e perseguendo l'obiettivo primario del Profittable Customer Satisfaction.

Oropan ha finanziato un Dottorato di Ricerca all'interno del Dipartimento Interdisciplinare di Medicina dell'Università di Bari dal titolo "Progetto di Sviluppo di Intelligenza Artificiale e Nuove Tecnologie Digitali applicata alla Medicina Molecolare". L'obiettivo del progetto è volto a studiare dei prodotti da forno in grado di ringiovanire le cellule renali grazie a molecole senolitiche. Il progetto è in avanzato stato di realizzo e nel corso del 2025, per il suo completamento, la stessa dottoranda frequenterà il Karolinska institutet, in Svezia dove andrà ad approfondire alcuni degli esperimenti in corso. Il progetto si prevede potrà concludersi-nel mese di settembre 2025. Sempre nel corso del 2024, Oropan ha finanziato 2 borse di studio per il Corso di Perfezionamento in Nutrizione umana tenuto presso il Dipartimento di Bioscienze, Biotecnologie e Ambiente dell'Università degli studi di Bari.

La strategia di innovazione coinvolge diverse funzioni aziendali a seconda dei piani definiti dall'azienda, che vengono periodicamente revisionati tramite meeting con la dirigenza. L'approccio adottato **è il PDCA (Plan-Do-Check-Act)**, caratterizzato dalle seguenti fasi:

- Analisi approfondita dei diversi scenari per individuare le tendenze di mercato e il contesto in cui si sviluppa il business;
- Pianificazione degli obiettivi di innovazione, basata sulla valutazione del rischio (risk assessment);
- Implementazione dei processi innovativi attraverso il coinvolgimento delle risorse umane e materiali necessari;
- Monitoraggio e misurazione dei processi in relazione alle politiche, agli obiettivi e ai requisiti stabiliti;
- Implementazione di azioni volte al miglioramento continuo delle prestazioni e della gestione dei processi aziendali operativi.

Di seguito vengono riportati gli aspetti principali sui quali si sono concentrati i progetti e le azioni intraprese nel triennio 2021-2024 suddivisi per area di interesse.

Processo produttivo

Nonostante l'innovazione già introdotta in azienda, come la surgelazione con il metodo **Individual Quick Frozen (IQF),** Oropan ha pianificato un programma di investimenti produttivi mirato a favorire la crescita aziendale attraverso un modello sostenibile sotto i profili economico, sociale e ambientale.

Per il futuro, l'Azienda ha previsto di **realizzare ulteriori investimenti significativi** che permetteranno di ottenere una produzione più sostenibile, sia economicamente che ambientalmente, in linea con gli standard di sostenibilità di processo e di prodotto che Oropan si prefigge di raggiungere.

Tra questi si evidenziano:

- Potenziamento e riorganizzazione delle linee esistenti con impianti moderni e avanzati dal punto di vista tecnologico;
- Implementazione di nuove linee di produzione per la realizzazione di nuovi prodotti e di differenti pezzature nelle stesse unità di tempo e risorse, ottimizzando l'impiego dei fattori produttivi;

- Realizzazione di un nuovo impianto di stoccaggio e trattamento dell'acqua potabile per soddisfare il previsto aumento del fabbisogno legato ai potenziamenti e ai nuovi prodotti;
- Acquisto di nuovi impianti di raffreddamento e surgelazione che consentiranno di migliorare significativamente la conservazione dei prodotti e caratterizzati da una migliore efficienza energetica e l'utilizzo di gas refrigeranti più sostenibili in modo da ridurre gli impatti energetici e aumentare la sostenibilità delle produzioni;
- Realizzazione di due impianti robotizzati per il confezionamento automatico del prodotto e per la pallettizzazione;
- Installazione di un'isola automatica per l'incisione dei prodotti al fine di ottimizzare la fase finale della produzione, garantendo alta efficienza e precisione;
- Ottimizzazione dei parametri di processo per il miglioramento qualitativo e organolettico dei prodotti, maggiore standardizzazione delle caratteristiche chimico/fisiche e organolettiche dei prodotti che consente di ridurre le tolleranze fuori dai limiti di accettabilità richieste da alcuni player in ambito internazionale;
- Implementazione di nuovi software per la digitalizzazione e per il raggiungimento di una maggiore efficacia ed efficienza nella gestione dei processi gestionali;
- Incremento della produzione energetica da fonti alternative mediante l'installazione di un impianto fotovoltaico di ultima generazione che massimizzi la produzione riducendo gli spazi di installazione dei pannelli;
- Installazione di 4 nuovi sistemi combi metal detector e di controllo del peso, al fine di garantire un ulteriore miglioramento nella sicurezza e qualità dei prodotti, in linea con i più elevati standard di sostenibilità e innovazione.

Prodotto-Servizio

Nel 2024 Oropan ha proseguito il progetto di innovazione tecnologica rivolto allo sviluppo di nuove referenze di **prodotto da filiera sostenibile certificata 100% grano duro pugliese**. A conferma del percorso intrapreso di transizione verso il modello di sviluppo sostenibile ispirato dall'Agenda 2030 dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, Oropan ha progettato una linea di pane fresco sostenibile per l'ambiente, le persone e il territorio nel quale opera, che ha consentito di ottenere la certificazione di Sostenibilità ISCC Plus, considerata la migliore in termini di certificazione sulla sostenibilità a livello mondiale secondo l'agenzia ONU International Trade Center-ITC.

Inoltre, al fine di comprendere la forza dell'organizzazione in ambito ricerca, sviluppo e innovazione, si cita la coprogettazione di un modello innovativo di sistema di confezionamento del pane a fette che permette l'utilizzo di **confezioni in carta certificata FSC,** ossia ottenuta da fonti gestite in maniera responsabile, **e riciclabile nella carta,**

Nell'ambito dei progetti di ampliamento del portafoglio prodotti, l'azienda ha orientato, sempre più, negli ultimi anni, le proprie scelte verso la valorizzazione degli ingredienti della tradizione. In tutte le nuove ricettazioni sviluppate, infatti, trovano spazio la semola rimacinata di grano duro e il lievito madre, simboli di autenticità, qualità e legame con il territorio.

L'azienda ha inoltre ampliato la propria offerta introducendo formati calibrati sul reale fabbisogno quantitativo giornaliero di pane, differenziati in base alla composizione del nucleo familiare. Oropan, offre confezioni porzionate da 120 gr per single, 250 gr per coppie e 500 gr per famiglie di quattro persone, pensate per rispondere in modo pratico ed efficiente alle esigenze quotidiane di consumo. Questa scelta ha consentito di ottimizzare il consumo domestico e ridurre significativamente gli **sprechi alimentari**, offrendo al contempo maggiore comodità e freschezza del prodotto. Tale evoluzione ha permesso di rispondere alle diverse esigenze di consumo ed estendere il mercato, offrendo prodotti destinati non solo al consumo quotidiano in accompagnamento al pranzo o alla cena, ma anche alla colazione e a nuovi momenti della giornata. L'obiettivo dell'azienda è ampliare le occasioni e le modalità di consumo del pane, adattandole ai diversi target di riferimento – adulti, giovani e bambini. Attraverso un approccio mirato, Oropan intende rendere il pane non solo protagonista sulle tavole domestiche, ma anche presente nei momenti di consumo fuori casa, valorizzandone la versatilità e rafforzandone il ruolo all'interno di stili di vita contemporanei.

Infine, per ottimizzare i processi di innovazione, Oropan ha introdotto un sistema di innovazione che si basa in particolar modo sulla creazione di un **Innovation Lab**, un ambiente dedicato alla sperimentazione di nuovi prodotti e processi, anche attraverso test di mercato controllati, e sull'utilizzo di AI e Big Data per analizzare trend di mercato e migliorare il processo decisionale basato su dati.

Processi Gestionali

Circa l'aggiornamento dei processi gestionali, il Piano strategico di Sostenibilità di Oropan per il periodo 2023-2025 prevede l'adozione di un sistema di **Manufacturing Execution System (MES),** che funga da collegamento tra la struttura produttiva, il sistema gestionale, e i relativi processi gestionali funzioni aziendali, e che consenta di creare una **struttura organizzativa affidabile, efficace, efficiente, flessibile e dinamica**.

Nello specifico, il MES è un sistema informatizzato che gestisce e controlla la produzione di un'azienda, attraverso collegamenti diretti con le macchine e gli impianti produttivi. Le informazioni vengono fornite in tempo reale, tramite un'interconnessione con il sistema gestionale ERP aziendale, a tutte le altre funzioni coinvolte nel processo produttivo. Il progetto MES, avviato nel corso del 2022 ed in fase di go live nel secondo semestre 2025, consentirà all'azienda di adottare uno **strumento tecnologicamente avanzato (rispondente ai requisiti Industria 4.0)** per organizzare in modo ottimale diverse attività, con particolare riferimento alla gestione degli ordini di vendita e di acquisto.

La società, inoltre, ha intrapreso un ambizioso programma di **trasformazione digitale**, con l'obiettivo di innovare il proprio modello operativo attraverso **l'introduzione di nuovi software e l'implementazione di un sistema ERP avanzato**. Il percorso di trasformazione sarà abilitato dall'analisi dei processi in essere in Oropan e della relativa architettura applicativa a supporto. L'adozione di un nuovo ERP avanzato non solo migliorerà l'efficienza operativa, ma consentirà anche una gestione più integrata, trasparente e tracciata delle informazioni aziendali, facilitando la razionalizzazione delle risorse e l'ottimizzazione dei processi produttivi. Questa trasformazione digitale rappresenta un passo cruciale per sostenere la crescita continua di Oropan nel mercato globale e per mantenere un vantaggio competitivo nel settore della panificazione.

Comunicare per creare valore: relazioni autentiche, storytelling efficace, dati misurabili

Comunicazione

Nel 2024 Oropan ha consolidato il proprio approccio alla comunicazione come leva strategica per costruire relazioni autentiche e trasparenti con i diversi stakeholder aziendali, sia interni che esterni. In quest'ottica, prosegue il percorso di differenziazione tra comunicazione istituzionale e comunicazione di brand, con l'obiettivo di rafforzare la reputazione aziendale (B2B) da un lato e stimolare l'engagement con i consumatori finali (B2C) dall'altro.

Questa strategia si traduce nella gestione separata dei domini web e dei canali social:

- www.oropaninternational.com come piattaforma per la comunicazione corporate e il dialogo con partner, clienti e stakeholder del mondo business;
- www.paneforte.it come vetrina del brand Forte, dedicata alla narrazione del prodotto, delle sue qualità e dei suoi valori distintivi.

Una separazione che ha generato risultati concreti e misurabili, grazie ad un'organizzazione più efficace dei piani editoriali e alla targettizzazione dei contenuti per categoria di stakeholder, in coerenza con l'Analisi di Materialità.

La presentazione del rebranding aziendale a maggio 2024 è stata, con tale visione accompagnata dalla creazione di pagine social dedicate al Pane Forte, anticipata da una prima attività che annunciava il nuovo brand, studiata per iniziare a generare engagement.

Il 2024 è stato, per tale motivo, il primo anno in cui è stato possibile iniziare a lavorare in maniera più sistematica sugli Insight e sui KPI della comunicazione social, andando anche ad armonizzare investimenti, fare un fine tuning sul target di riferimento e modulare i contenuti rispetto ai risultati conseguiti.

Per tale motivo è da considerare significativo il periodo marzo 2023 - dicembre 2024:

OROPAN Spa

Follower

- Facebook: **13.837 follower**
- Instagram: **1.575 follower**
- LinkedIn: **3.837 follower**

TOTALE FOLLOWER attivi: 19.249

Copertura ed engagement

- **Copertura complessiva contenuti Oropan: 1,6 milioni**
- **Visualizzazioni totali: 358.649**
- **Interazioni totali: 40.198**
- **Engagement rate** solido, grazie all'utilizzo efficace del formato video:
  - **42 giorni e 17 ore di visualizzazione video totali**
  - **114.715 visualizzazioni** da post statici
  - **39.334 interazioni** generate dai contenuti visivi e narrativi

AD ALTAMURA DAL 1956 Forte

TOTALE FOLLOWER 995

Copertura ed engagement

- **Copertura totale Forte Facebook e Instagram: 528.321**
- **Visualizzazioni: 83.597**
- **Interazioni con i contenuti: 2.708**
- **Visite alla pagina: 41.105**

Contenuti più performanti:

- Video Reels (oltre **105.000 visualizzazioni**)
- Narrazioni legate al **rebranding**, alla **sostenibilità** e alla **tradizione**

Dall'analisi di oltre 150 commenti raccolti su Facebook, Instagram e LinkedIn emerge un quadro complessivamente positivo, con alcuni spunti utili di riflessione. Gli utenti mostrano un apprezzamento diffuso per la qualità del prodotto, il richiamo alla tradizione, il forte legame con il territorio e i valori familiari trasmessi dal brand.

Un dato interessante riguarda l'efficacia della comunicazione valoriale: i messaggi che mettono in risalto autenticità, sostenibilità e artigianalità risultano essere i più apprezzati, dimostrando quanto questi temi siano centrali nella costruzione di un legame emotivo con il pubblico.

Tra i canali analizzati, LinkedIn si conferma il più positivo in termini di sentiment, con l'85% dei commenti favorevoli, seguito da Instagram con il 75%. Questo suggerisce una ricezione particolarmente buona da parte di un pubblico professionale e attento ai contenuti valoriali.

Da una prima analisi dei dati relativi al 2025, emerge complessivamente un miglioramento dei dati relativi a visualizzazioni e follower sia per il marchio Oropan che per il marchio Forte, a testimonianza dell'efficacia delle azioni e del percorso intrapreso.

La strategia di comunicazione sostenibile adottata da Oropan e Pane Forte ha prodotto:

- Maggiore coerenza tra messaggi e target;
- KPI superiori alla media del settore in termini di copertura, engagement e fidelizzazione;
- Un posizionamento solido nei territori chiave, con opportunità di ulteriore espansione nazionale e internazionale.

Guardando anche al piano di comunicazione futuro, il tutto si andrà a sviluppare tramite una pluralità di traiettorie:

- Rafforzamento della **presenza video** e **Reels** per attrarre target 25–34 anni;
- Ottimizzazione della presenza su **TikTok** e **YouTube**;
- Incremento di iniziative di **educational branding** su LinkedIn.
- Monitoraggio e rendicontazione **dell'impatto ESG** (ambientale, sociale e di governance) delle **attività di comunicazione** aziendale, con focus su:
  - Coerenza valoriale e reputazionale;
  - Trasparenza e engagement degli stakeholder;
  - Impatti ambientali e sociali delle attività media/digital/adv.

GRI 2-29

In aggiunta agli strumenti digitali, Oropan ha sviluppato un progetto di **Heritage marketing** tramite iniziative svolte sul territorio, prima tra tutte il Museo del Pane di Vito Forte (per maggiori informazioni si veda il capitolo 4. Informativa sociale). Questa tipologia di marketing fa leva sul patrimonio storico dell'impresa, inteso come uno strumento di differenziazione competitiva e risorsa relazionale, che permette di distinguere Oropan da altri player del settore e creare una relazione con i consumatori, gli investitori, opinion leader, ect.

Anche per il 2024, si è confermata la pubblicazione **dell'Houseorgan Oropan** divulgato a fine anno, rivista che ha il compito di rendicontare tutte le attività e i progetti messi in atto durante l'anno, per meglio far conoscere a tutto il personale Oropan quanto l'azienda ha fatto in termini strategici, commerciali e di promozione del marchio e del territorio.

Sempre più questo strumento rappresenta una bussola, che fa ben comprendere dove si sta orientando il percorso di Oropan al fine anche di generare engagement e senso di appartenenza presso tutto il personale.

Inoltre, sia internamente che rispetto alla comunicazione con tutti gli stakeholder aziendali, il 2024 è stato anno di consolidamento anche dell'attività di mailing fatta dall'azienda, uno strumento diretto che ha confermato i dati del 2023.

Le **22 newsletter** per l'anno 2024 sono state suddivise in:

- Comunicazione eventi: 6
- Comunicazioni attività sul sociale: 4
- Comunicazioni in termini di vita aziendale: 4
- Comunicazioni di prodotto: 4
- Comunicazioni di sostenibilità/certificazioni: 4

Si rileva la necessità di potenziare le attività di engagement, in particolare verso i clienti, alla luce dei risultati meno performanti legati alla presentazione dei prodotti, attualmente indirizzate in maniera prevalente ai soli buyer.

ARGOMENTI	Numero Newsletter inviate	Tasso di Apertura Newsletter	Click
Eventi	**6**	**74,6%**	**37,14%**
Sociale	4	58,65%	30,05%
Vita aziendale	4	72,00%	38,3%
Prodotto	4	43,00%	9,13%
Sostenibilità Certificazioni	4	66,3%	24,12%

Rebranding Marchio FORTE

Il marchio Forte, da anni, è sinonimo, in Italia e nel mondo, di pane di semola rimacinata di grano duro di qualità. La scelta strategica aziendale, alla base della decisione di intraprendere un percorso di rivisitazione nella sua parte visiva e non solo, nasce dalla volontà di riaffermare il suo vissuto valoriale, adeguandolo alle nuove richieste del consumatore. Si è così intervenuti dotando il marchio di una identità ancor più definita e in linea con il vissuto che, da sempre esso esprime nei confronti dei numerosi consumatori. La fase di redesign del marchio è stata preceduta dalla ridefinizione dell'impianto valoriale della marca basato su tre pilastri fondamentali, emersi dall'ascolto dei consumatori della categoria pane: Autenticità, Maestria, e Benessere. Tale progetto, ha richiesto una certa attenzione nel garantire una continuità "emotiva" nei confronti dei consumatori, e all'interno dell'azienda perché, mai prima d'ora, era stato perseguito un progetto così ambizioso di coinvolgimento del marchio.

Per tali premesse, la scelta del nuovo posizionamento della marca e dei suoi valori è stata condotta cercando di non discostarsi troppo da alcuni elementi caratterizzanti, che sono stati esaltati con alcuni accorgimenti e scelte di visual: il naming Forte riproporzionato per garantirne una maggiore visibilità; si è quindi trasformato e raccontato il paesaggio dell'Alta Murgia, attraverso una metafora visiva, che trasforma le colline in forme del tipico pane della tradizione altamurana. Una scelta consapevole, fatta per esaltare e rafforzare il posizionamento del Brand all'interno dei punti vendita della GDO.

Il comarketing con Lactalis

Una importante iniziativa per aumentare l'awareness non solo sul marchio Forte, ma anche sul livello di conoscenza della nuova linea di Pane Fresco Forte di semola rimacinata di grano duro 100% Puglia da filiera sostenibile e certificata è stata la collaborazione con il Gruppo Lactalis, e nello specifico con la divisione Galbani Santa Lucia. Ad inizio novembre, infatti, è partita la promozione "PRENDILA ALLA LEGGERA!" che ha coinvolto 35 punti vendita della GDO delle principali insegne di Puglia e Campania, dove il prodotto è stato fatto assaggiare, all'interno di spazi adibiti e personalizzati.

A supporto dell'iniziativa, è stata sviluppata una campagna di comunicazione congiunta, che ha visto la presenza del marchio sui volantini promozionali e negli stessi punti vendita con strumenti di visibilità come locandine, segnaprezzi e calpestabili.

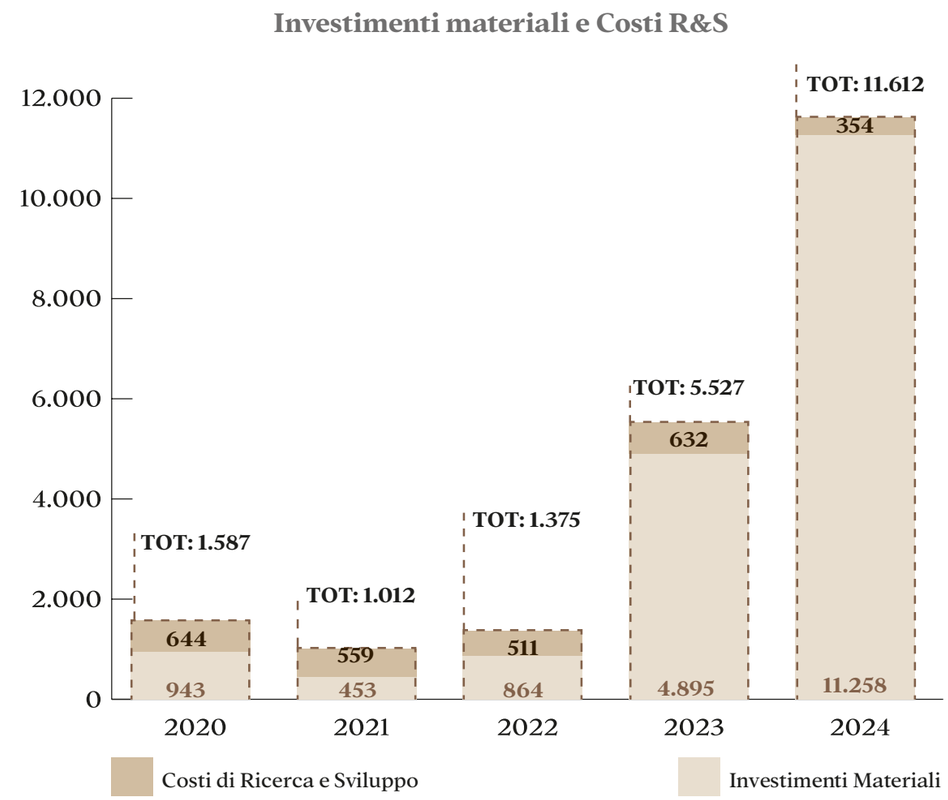
Parallelamente alla promozione in store, è stata attivata una campagna sui social media, coinvolgendo tre dei principali influencer di ciascuna delle due regioni, che hanno preparato ricette combinando Pane Fresco Forte con Nuvola. Inoltre, è stato realizzato un ricettario digitale scaricabile, contenente piatti preparati con i due prodotti, arricchiti con ingredienti tipici delle tradizioni gastronomiche pugliesi e campane.

Investimenti

Oropan ha dato vita all'implementazione di **tre importanti Piani Industriali** negli ultimi 15 anni per oltre 33 milioni di euro, realizzando investimenti in attivi materiali, strettamente integrati con investimenti in ricerca scientifica (in partnership con enti di ricerca pubblici e privati, nazionali e internazionali), sviluppo sperimentale e trasferimento tecnologico, acquisizione di servizi reali all'impresa per la progettazione ed implementazione del programma di internazionalizzazione.

Nel corso dell'esercizio 2024, gli investimenti realizzati ammontano a oltre 11 milioni, più del doppio rispetto all'anno precedente. Tra questi si evidenziano la convenzione con il Centro di Ateneo per l'Innovazione e lo Sviluppo dell'Industria Alimentare (CAISIAL), stipulata già nel 2019 e proseguita nel 2024, che ha previsto lo sviluppo di un piano di formazione e di tutoraggio per l'addestramento del personale aziendale alla ricerca finalizzata all'ottimizzazione e all'innovazione di prodotto e di processo, e il nuovo Piano Integrato di Agevolazione (PIA) presentato alla Regione Puglia nel luglio 2024, in avanzato stato di realizzazione nel momento di redazione del presente Bilancio. In tale ambito, nel 2024 la Oropan ha presentato un progetto di ricerca in sinergia con il Dipartimento di Medicina di Precisione e Rigenerativa (DIMEPRE-J) dell'Università degli Studi di Bari e con il CAISIAL dell'Università degli Studi di Napoli Federico, che mira a sviluppare una gamma di prodotti che rispondano alle esigenze dietetiche e salutistiche di specifici segmenti di consumatori. I nuovi prodotti saranno progettati per soddisfare le necessità di persone con carenze di ferro o calcio, come coloro che soffrono di osteoporosi, o che seguono regimi alimentari che richiedono l'integrazione di tali elementi (es. vegani). Inoltre, sarà sviluppata una categoria di prodotti destinata a rallentare i fenomeni di senescenza, basata su recenti studi che hanno individuate molecole naturali in grado di mantenere elevati i livelli della proteina anti-invecchiamento.

Nel corso degli ultimi 5 anni la media degli investimenti in ricerca e sviluppo sostenuta da Oropan è di circa 500.000 euro, con un costante incremento (più che raddoppiato nel 2024 rispetto al 2023) degli investimenti in attivi materiali, necessari per garantire la crescita dell'innovazione e sviluppo.



Presidi per una corretta gestione dell'innovazione

In tal senso, Oropan ha adottato un **modello di innovazione sistemica**, che prevede l'assegnazione di risorse umane e finanziarie in modo da creare team interfunzionali e hub dedicati all'innovazione, all'investimento in tecnologia e digitalizzazione, incluso il miglioramento della connettività tra processi produttivi e gestionali per favorire la transizione verso Industria 4.0. e 5.0, e finanziare incentivi per l'innovazione, attraverso bandi pubblici e privati, per massimizzare il ritorno sugli investimenti.

Durante la redazione del piano associato a ciascun progetto, i relativi owner assegnano le attività previste e le risorse necessarie ai responsabili di funzione, che verranno monitorati nel loro operato da parte del coordinatore del team R&S. Il coordinatore ha il compito di segnalare eventuali scostamenti rispetto al progetto iniziale tramite il riesame periodico dell'intero processo di innovazione, basato sulla misurazione di KPI specifici e della reason why di progetto.

LE CERTIFICAZIONI DI OROPAN

GRI 2-23

L'azienda possiede e mantiene da decenni le più **autorevoli certificazioni di Sistema Qualità** universalmente riconosciute, che decretano la conformità totale di tutti i processi aziendali agli Standard scelti. La gestione della qualità dei prodotti alimentari rappresenta per Oropan un obiettivo concreto e di primaria importanza, in quanto direttamente collegato alla tutela e alla salvaguardia della salute di tutti i consumatori e nella garanzia di eccellenza del prodotto promesso al cliente. **Il Sistema di Gestione delle Certificazioni dell'Azienda** rappresenta, infatti, uno dei motori per il miglioramento continuo e costituisce una parte integrante della sua strategia di sostenibilità e compliance.

Il processo di integrazione della qualità verso il TQM; (Total Quality Management) ha portato nel corso dell'ultimo triennio ad implementare in Oropan un sistema di gestione integrato, che comprende qualità (ISO 9001), sicurezza alimentare (BRC, IFS), sicurezza sul lavoro (ISO 45001), ambiente (ISO 14001), governance e anticorruzione (ISO 37001), etica e responsabilità sociale (PDR125 e SA8000) unitamente alle certificazioni ambientali quali Carbon Footprint, Water Footprint e Carbon Footprint di Prodotto, oltre che tutte le certificazioni di prodotto e tracciabilità come BIO, ISCC e DOP. Questo ha permesso ad Oropan di essere la prima azienda alimentare italiana certificata EASI® – modello innovativo di governance della sostenibilità, vedendo così riconosciuto l'approccio sistemico adottato dall'azienda che integra ambiente, persone e valore economico in tutte le strategie aziendali, aumentando l'efficienza nei processi di raccolta e rendicontazione dei dati ESG.

Questo sforzo si traduce in vantaggi competitivi significativi che dimostrano un forte orientamento alla qualità, alla sicurezza, alla sostenibilità ambientale e all'etica aziendale, elementi sempre più richiesti dal mercato globale e dagli stakeholder.

Ad oggi, Oropan ha conseguito e mantiene costantemente ben **15 certificazioni di cui 11 di sistema e 4 di prodotto. Nel corso del 2024 la società è stata sottoposta a 16 audit relativi alle certificazioni, per un totale di 35 giornate.**

#	AUDIT	Giornate totali
1	14001:2015	2
2	IFS INTEGRITY	1
3	UNI/PdR 125:2022	1
4	37001: 2016	4
5	SA8000	2
6	Audit dei clienti	3
7	9001:2015	3
8	BRC/IFS	3
9	45001:2018	2
10	UNI EN ISO 14046:2014 Waterfootprint	2
11	UNI EN ISO 14064-1:2019 Carbonfootprint	2
12	UNI EN ISO 14067:2018 Carbon foot print	2
13	MODELLO EASI	2
14	Biologico e verifica Repressione frodi	2
15	DOP	2
16	ISCC	2
	Totale	**35**

Le certificazioni di Sistema

ECOVADIS

Certificazione ottenuta nel 2024.
ECOVADIS è il principale ente di valutazione della sostenibilità aziendale a livello globale. Negli ultimi 15 anni ha sottoposto a valutazione oltre 2,8 milioni di aziende, rappresentando uno strumento collaborativo di riferimento per il miglioramento delle performance lungo l'intera catena di fornitura. Attraverso una piattaforma tecnologica avanzata e il supporto di un team internazionale di esperti, le scorecard di sostenibilità di Ecovadis offrono una visione dettagliata dei rischi ambientali, sociali ed etici, coprendo più di 250 categorie merceologiche e oltre 185 Paesi.

Essere certificati da ECOVADIS significa aver dimostrato un impegno concreto verso una gestione aziendale responsabile e sostenibile. Ottenere la **Medaglia di Bronzo** rappresenta per Oropan un traguardo importante nel panorama della sostenibilità aziendale.

Nei primi mesi del 2025, infatti, ECOVADIS ha conferito a Oropan la **Medaglia Bronze**, riconoscendo il livello già avanzato del percorso intrapreso dall'azienda in ambito ambientale, sociale ed etico. Questa valutazione conferma l'impegno di Oropan nel ridurre l'impatto ambientale, promuovere condizioni di lavoro eque e garantire trasparenza e responsabilità lungo tutta la catena di fornitura.

Il veder riconosciuta la Medaglia di Bronzo, al primo anno di valutazione è, al contempo, motivo di orgoglio e stimolo al miglioramento continuo, in quanto posiziona Oropan nel **top 35% delle aziende di ogni settore merceologico al mondo** valutate da ECOVADIS negli ultimi 12 mesi e soprattutto la colloca nel **12% delle migliori realtà del settore produzione di altri prodotti alimentari al mondo**, confermando il proprio impegno per un futuro più etico e sostenibile.

I risultati ottenuti testimoniano la volontà dell'azienda di distinguersi non solo per la qualità dei propri prodotti, ma anche per un modello d'impresa basato su valori solidi e una visione a lungo termine orientata alla sostenibilità.

EASI® (Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato)

Certificazione ottenuta nel 2024. Il primo schema di governance della sostenibilità riconosciuto dall' ente terzo Accredia (Ente Unico Nazionale di accreditamento designato dal Governo italiano). Il Modello organizzativo EASI® è un percorso innovativo che recepisce le norme internazionali e i principi fondamentali che regolano le fasi evolutive dello sviluppo sostenibile – ambientale, sociale, economico – per integrarle nelle strategie e in tutti i processi aziendali. Oropan ha quindi redatto ed applicato un sistema di gestione della governance della sostenibilità inedito, diventando la prima azienda italiana alimentare certificata per tale norma.

SA8000:2014

Certificazione ottenuta nel 2023. Lo standard internazionale SA 8000 è un modello gestionale che si propone di valorizzare e tutelare tutto il personale ricadente nella sfera di controllo e di influenza delle organizzazioni che lo adottano. È uno standard che permette di:

- migliorare le condizioni del personale;
- promuovere trattamenti etici ed equi del personale;
- includere le convenzioni internazionali dei diritti umani;
- strutturare un processo di miglioramento continuo della R.S.I. e dei propri stakeholder;
- fornire uno strumento di segnalazione anonima (whistleblowing) per tutti i collaboratori allo scopo di eliminare qualsivoglia residua forma di discriminazione.

UNI EN ISO 9001:2015

Certificazione ottenuta nel 1999, norma principe nell'ambito della gestione qualità, fortemente custom-oriented. È la linea guida gestionale aziendale, sulla quale sono state innestate tutte le altre norme tecniche.

BRCGS V 9: BRCGS (Brand Reputation through Compliance)

Certificazione ottenuta dal 2008. Lo Standard BRC Food, indispensabile per poter esportare i propri prodotti nel mercato britannico, definisce i requisiti per la produzione di alimenti sicuri ed i criteri per la gestione della qualità dei prodotti proposti, al fine di soddisfare le aspettative dei clienti e tutelare il consumatore. Oropan dal 2020 ha aderito al protocollo delle verifiche non annunciate e nel corso dell'esercizio 2023 la Oropan ha confermato il grading ottenendo come risultato **GRADE AA+**, che rappresenta il risultato massimo raggiungibile da un'azienda alimentare.

IFS V 8

Certificazione ottenuta nel 2008. Lo Standard IFS Food è stato istituito per verificare la conformità dei fornitori della GDO riguardo ai requisiti cogenti e di sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti alimentari. La certificazione IFS è un presupposto indispensabile per le aziende di preparazione e trasformazione di prodotti alimentari da destinare alla GDO europea, in particolare quella tedesca, francese ed italiana. Oropan ha confermato la valutazione nel 2023 con un punteggio di 99,1%. Dal 2020 Oropan ha aderito al protocollo di verifiche non preannunciate a conferma dell'assoluto livello di confidence raggiunto in termini di gestione della sicurezza alimentare.

ISO 14001:2015 – Sistema di Gestione Ambientale

Certificazione ottenuta nel 2023, la norma prevede l'implementazione di un sistema di gestione ambientale (SGA), fissando i requisiti per stabilire, attuare e migliorare la gestione ambientale dell'organizzazione. Ha come obiettivo anche quello del miglioramento dell'immagine verso le parti interessate per l'impegno profuso nella tutela ambientale.

GRI 403-1

ISO 45001:2018

Certificazione ottenuta nel 2023, prevede l'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza sul lavoro tramite la fissazione di requisiti per stabilire, attuare e migliorare la gestione e la cultura della sicurezza sui luoghi di lavoro, fornendo un ambiente di lavoro sano e sicuro per i propri dipendenti e tutti coloro che visitano il luogo di lavoro. Ha come obiettivo la mitigazione di tutti i fattori dannosi o che rappresentano un pericolo per il benessere fisico e/o mentale dei lavoratori.

ISO 37001:2016

Certificazione ottenuta nel 2023, la norma "Sistemi di gestione per la prevenzione della corruzione" è il primo standard internazionale per i sistemi di gestione creato, sulla base delle best practice internazionali, con lo scopo di ridurre i rischi e i costi legati a possibili fenomeni corruttivi. Rappresenta uno strumento flessibile che prevede l'adozione di un approccio sistemico alla prevenzione e al contrasto della corruzione.

PDR 125:2022

Certificazione ottenuta nel 2023, grazie a tale norma l'organizzazione ha individuato i temi da trattare per supportare l'empowerment femminile all'interno dei percorsi di crescita aziendale e, nello stesso tempo, elimina la formazione di stereotipi e discriminazioni. Inoltre, tale strumento è utile per ri-orientare la cultura aziendale in modo che possa essere sempre più inclusiva e rispettosa dei talenti femminili.

ISO 14064 Carbon Footprint di stabilimento

Certificazione ottenuta nel 2024. È la norma di riferimento per il calcolo dell'impronta di carbonio che uno stabilimento produce e il relativo tasso di inquinamento, ed è necessaria per la gestione ecosostenibile dell'azienda. Grazie a questo strumento, Oropan ha una visione chiara del proprio impatto ambientale e può mettere in atto azioni concrete per ridurre le emissioni e mitigare i rischi derivanti dai cambiamenti climatici.

ISO 14046 Water footprint

Certificazione ottenuta nel 2024. È la norma di riferimento per la misurazione dei potenziali impatti ambientali che tutti i prodotti e processi di un'organizzazione, nonché l'organizzazione stessa, possono avere sulle risorse idriche. È di fondamentale importanza per misurare la virtuosità della gestione della risorsa idrica da parte dell'azienda. L'acqua è una risorsa preziosa e limitata. Per questo motivo, Oropan ha deciso di quantificare il proprio consumo idrico, al fine di identificare le aree di miglioramento e ridurre gli sprechi.

Le certificazioni di Prodotto

Certificazione biologica

Certificazione ottenuta nel 2000. Rappresenta l'aderenza al metodo di produzione e gestione degli alimenti disciplinato dall'Unione Europea con il Reg. UE 848/2018 a salvaguardia delle tecniche che hanno lo scopo di tutelare l'ambiente ed i suoi ecosistemi. I principi base della certificazione biologica definiscono un metodo di produzione a favore di quelle forme di coltivazione e trasformazione orientate alla conservazione dei sistemi biologici produttivi e sfavorevoli all'attuazione di interventi invasivi che prevedano l'utilizzo di sostanze chimiche di sintesi. Garantisce pertanto il rispetto dei canoni della filiera sostenibile dal campo alla tavola. Attualmente Oropan annovera nel proprio portafoglio prodotti una gamma di prodotti biologici rappresentati da pane e panini freschi e surgelati.

Certificazione DOP (Denominazione di Origine Protetta)

Certificazione ottenuta nel 2004. La Denominazione di Origine Protetta identifica un prodotto originario di un determinato luogo, la cui qualità e le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani e le cui fasi di produzione si svolgono tutte nella zona geografica delimitata.

Il Pane di Altamura D.O.P. si fregia di tale riconoscimento da parte dell'Unione Europea sin dal 2003, ed è il primo pane ad averlo conseguito. Tale riconoscimento obbliga tutti i componenti della filiera (agricoltori, molitori e panificatori) a rispettare scrupolosamente gli obblighi previsti dal Disciplinare di Produzione:

- varietà e qualità del grano da seminare (solo varietà Appulo, Arcangelo, Duilio e Simeto);
- qualità e modalità di ottenimento della semola rimacinata di grano duro da impiegare;
- ricetta e modalità operative del flusso di produzione (ad esempio lenta e lunga lievitazione condotta esclusivamente dal lievito madre);
- qualità del prodotto finito (ad esempio spessore della crosta di almeno 3 millimetri);
- luogo di produzione (tutte le fasi della filiera, dalla semina alla produzione del Pane di Altamura D.O.P. devono avvenire in un territorio ben delimitato della Murgia nord/occidentale).

ISCC PLUS

Certificazione ottenuta nel 2023. Attraverso la certificazione ISCC PLUS, Oropan assicura la sostenibilità dell'intera filiera del pane fresco, che non si limita ai metodi di coltivazione del grano duro, ma comprende ogni fase del processo produttivo: dalla macinazione alla preparazione dell'impasto, dalla cottura al trasporto delle materie prime e del prodotto finito. Questa certificazione attesta che il pane viene realizzato secondo criteri che tutelano l'ambiente, valorizzano il territorio e promuovono il benessere delle persone. Per le imprese, ottenere la certificazione ISCC PLUS significa non solo aderire a standard riconosciuti a livello internazionale, ma anche dimostrare un impegno concreto verso una produzione più responsabile, trasparente e orientata al futuro. Per le imprese, ottenere la certificazione ISCC PLUS significa non solo rispettare standard riconosciuti a livello globale, ma anche comunicare il proprio impegno verso una produzione più responsabile, trasparente e orientata al futuro.

ISO 14067 Carbon Footprint

Certificazione ottenuta nel 2024. Norma che definisce i principi, i requisiti e le linee guida per la quantificazione e la comunicazione della Carbon Footprint di prodotto (CFP). Si basa sugli standard internazionali di Life Cycle Assessment (ISO 14040 e ISO 14044), offrendo un framework rigoroso per misurare l'impatto ambientale di ogni prodotto in modo preciso e trasparente.

A seguito del conseguimento di tale certificazione, Oropan fornisce ai propri clienti informazioni chiare sull'impronta carbonica delle **Friselle**, aiutandoli a fare scelte più consapevoli e sostenibili. Non si tratta solo di un'etichetta, ma di un impegno concreto a ridurre le emissioni e a migliorare continuamente i propri processi.

Oropan non solo garantisce la massima trasparenza verso i consumatori, ma persegue anche un miglioramento continuo dei propri processi. Gli obiettivi principali comprendono l'ottimizzazione delle operazioni produttive per ridurre le emissioni di CO_2, l'adozione di tecnologie a basso impatto ambientale e il monitoraggio costante delle performance ecologiche durante tutto il ciclo di vita del prodotto. L'azienda si concentra inoltre su pratiche di approvvigionamento responsabile e sulla riduzione complessiva dell'impronta ecologica, consolidando la propria posizione di leadership nel campo della sostenibilità.

Premi

Nel contesto attuale, in cui la sostenibilità rappresenta un pilastro strategico imprescindibile per le imprese, i premi e i riconoscimenti dedicati a questo ambito assumono un significato profondo e concreto. Non si tratta semplicemente di ottenere una visibilità o un risultato simbolico, ma di ricevere una conferma oggettiva del proprio impegno verso uno sviluppo responsabile, che integri valori ambientali, sociali e di governance (ESG) nel modello di business.

Essere selezionati o premiati per iniziative sostenibili rappresenta, innanzitutto, un attestato di credibilità. È la dimostrazione che l'azienda non solo ha intrapreso un percorso virtuoso, ma lo sta facendo con trasparenza, coerenza e impatto misurabile. I criteri di valutazione che caratterizzano questi riconoscimenti – spesso basati su indicatori ESG, report certificati e buone pratiche condivise – offrono infatti una cornice metodologica rigorosa, che distingue le azioni autentiche da quelle meramente dichiarative.

Oltre alla dimensione reputazionale, i premi alla sostenibilità assumono anche un valore strategico interno: rafforzano il senso di appartenenza delle persone, valorizzano il lavoro dei team coinvolti nei progetti green o sociali, e stimolano l'adozione diffusa di una cultura dell'innovazione responsabile.

Infine, ricevere un premio per la sostenibilità significa posizionarsi come punto di riferimento nel proprio settore, contribuendo attivamente al cambiamento sistemico richiesto dalle sfide ambientali e sociali contemporanee. Per un'azienda, si traduce in un'occasione concreta per rafforzare la propria leadership etica e ispirare clienti, partner e comunità verso modelli di sviluppo più equi, inclusivi e rigenerativi.

Oscar di Bilancio

L'Oscar di Bilancio è un prestigioso riconoscimento italiano dedicato alla trasparenza, alla qualità della rendicontazione e alla sostenibilità nel reporting aziendale e viene assegnato **congiuntamente da FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), Borsa Italiana e l'Università Bocconi**. Oropan nel 2023 ha presentato la propria candidatura sottoponendo a valutazione il proprio bilancio di esercizio e il bilancio di sostenibilità relativi all'annualità 2022 aggiudicandosi il prestigioso premio nella categoria piccole e medie imprese non quotate. Tra le 12 imprese, appartenenti a tutti i settori merceologici, premiate in ambito nazionale, Oropan è stata l'unica azienda premiata nel settore Food& Beverage, e l'unica azienda pugliese, con la seguente motivazione:

"Il bilancio di sostenibilità di Oropan è trasparente, chiaro e completo. È presente il Riferimento ai GRI standard e la rendicontazione degli impatti di settore (matrice SASB). Per quanto riguarda il valore aggiunto e per gli stakeholder è stato utilizzato lo standard GBS 2013 e l'accountability 1000. L'informativa economico finanziaria e l'evidenziazione dei rischi è stata più che esaustiva così come tutti gli aspetti di Identità e Governance. Gli ambiti ESG ed Economic hanno raggiunto il massimo del punteggio. La matrice di materialità di Oropan è allineata a quanto previsto dal GRI 3 e prevede una "Tabella di raccordo" Standard Internazionali (SDGs, SASB ed EFRAG). In ogni sezione è presente un QR code di rimando alla specifica sezione del sito."

TOP 300 imprese Puglia e Basilicata

Nel mese di marzo del 2023, presso la sede di Confindustria BARI - BAT, è stato celebrato il successo delle 300 aziende TOP, le realtà imprenditoriali di punta che si sono distinte per il proprio valore sui territori di Puglia e Basilicata. Oropan è risultata meritevole rispetto ad un criterio di valutazione basato su 5 parametri desunti dal bilancio di esercizio:

- Ricavi e trend di crescita;
- Ebitda margin e trend di crescita:
- Utile e Trend di crescita;
- Patrimonio netto e trend di crescita
- Posizione finanziaria netta e trend di crescita.

Premio dei Premi

Istituito dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, su concessione del PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA, assegnato alle 9 imprese più innovative, nel settore INDUSTRIA E SERVIZI. Oropan è stata insignita di tale importante premio per due edizioni consecutive con le seguenti motivazioni:

- **nel 2018** «per aver saputo coniugare le conoscenze tradizionali legate alla produzione del pane, con le esigenze di ricerca e innovazione di nuovi processi produttivi per aprirsi al mercato globale»
- **nel 2020** «per il tenace impegno dell'azienda di innovare i processi e i prodotti della panificazione, mantenendo forti legami con i gusti e i sapori della tradizione e raggiungendo la leadership nel mercato nazionale ed internazionale»

Cribs Prime Company

Nel mese di gennaio 2024 Oropan ha ricevuto il premio **CRIBIS Prime Company** che ha attributo all'azienda, il massimo livello di valutazione dell'affidabilità commerciale per un'organizzazione. Un'attestazione rilasciata solo ed esclusivamente ad aziende che mantengono costantemente un'elevata affidabilità economico-commerciale e sono virtuose nei pagamenti verso i fornitori. Il riconoscimento è basato sul CRIBIS D&B Rating, un indicatore sintetico che, sulla base di un algoritmo statistico, misura la probabilità che un'azienda generi gravi insoluti commerciali. Tale premio, rappresenta, un riconoscimento di grande valore, poiché ogni anno viene assegnato solo al 7% delle oltre 6 milioni di imprese italiane.

Premio Imprese per l'Innovazione di Confindustria

Riconoscimento ufficiale alle aziende italiane per il LIVELLO DI INNOVAZIONE RAGGIUNTO, non limitato soltanto a prodotto e processo ma che sono state in grado di valorizzare l'organizzazione e la cultura dell'azienda stessa. Oropan ha conseguito tale premio per tre edizioni consecutive:

- **2018** - Vincitori categoria PRIZE;
- **2020** - Vincitori categoria AWARD;
- **2021** - Vincitori categoria AWARD con ulteriori due menzioni speciali: RESPONSABILITÀ' SOCIALE D'IMPRESA e INDUSTRIA 4.0.

Premio Industria FELIX

Oropan si è aggiudicata per il quinto anno consecutivo l'Alta onorificenza di Bilancio nel 60° evento del Premio Industria Felix – L'Italia che compete 2024 – 5° edizione nazionale, istituito da Industria Felix Magazine, periodico di economia e finanza in supplemento con Il Sole 24 Ore, a conferma l'efficacia delle strategie aziendali in termini di efficienza operativa, ottimizzazione delle risorse e solidità finanziaria.

Premio Woman Value Company

Riconosciuto ad Oropan dalla Fondazione Marisa Bellisario e Intesa San Paolo per aver saputo investire sulle persone, sulla parità di genere e sul welfare apportando ENERGIA VITALE all'azienda e a tutto il sistema contribuendo all'evoluzione culturale, economica e sociale del PAESE.

Premio BVA Best Value Award

Oropan è stata insignita di questo premio per tre edizioni consecutive dal 2022 al 2024. In particolare, nell'ultima edizione è risultata vincitrice nelle categorie "LEONE" e "RINOCERONTE", la prima riservata alle imprese che si distinguono per il valore generato superiore a 100 milioni di euro, la seconda che misura l'indice di corporate governance. Un importante attestato che premia le imprese che non solo si distinguono per valore, ma che hanno anche una governance tale da favorire la crescita funzionale alla continuità d'impresa.

CAPITOLO 2

La sostenibilità in Oropan

La Sostenibilità

Nel corso degli ultimi anni, la sostenibilità, nel senso più ampio del termine, ha assunto un'importanza sempre maggiore per le aziende, che hanno **compreso l'importanza strategica di considerare gli aspetti ESG nella definizione delle proprie attività**, non solo ai fini del rispetto degli standard etici e legali, ma anche per rispondere alle crescenti esigenze dei consumatori e degli investitori.

All'interno del presente capitolo, verranno esplorate le diverse dimensioni della sostenibilità, analizzando le sfide e le opportunità per Oropan, la società e l'ambiente.

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

GRI 2-6 | GRI 3-1 | GRI 3-2 | GRI 3-3

Il rinnovato contesto normativo europeo determinato dall'approvazione nell'aprile 2025 del provvedimento **"Stop the clock"** in tema di CSRD, CSDDD e Tassonomia sulla finanza sostenibile ha, come noto, rivoluzionato gli obblighi di rendicontazione delle informazioni di sostenibilità soprattutto per le imprese di medio-grandi dimensioni.

L'impatto di tali modifiche ha inevitabilmente interessato Oropan, in quanto impresa rientrante nella cosiddetta "Wave 2" della CSRD, ovvero impresa che, a partire dall'esercizio 2025 sarebbe dovuta rientrare tra le imprese di grandi dimensioni, superando due dei tre parametri tra 250 di dipendenti, 25 milioni di euro di attivo e 50 milioni di euro di fatturato.

La deregolamentazione introdotta dalla nuova normativa europea ha spostato in avanti gli obblighi di rendicontazione di ben due anni (esercizio 2027), e prevede di innalzare i parametri dimensionali delle imprese rientranti nella Wave 2, elevando il cap dimensionale fino ad una soglia di mille dipendenti.

Tale rinnovato scenario, pur esonerando Oropan dagli obblighi di rendicontazione, oltre che di allineamento alla Tassonomia UE, non ha impattato in alcun modo sui piani aziendali che proseguono nel segno della **piena integrazione tra business e fattori ESG.**

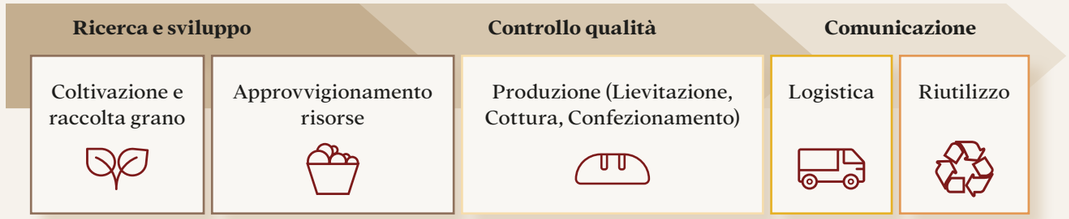
In tale prospettiva, Oropan ha scelto di investire sul **processo di doppia materialità**, attraverso un processo di evoluzione costante con particolare riguardo agli aspetti metodologici e interpretativo-valutativi, dando così continuità all'importante progetto di implementazione avviato già nel bilancio di sostenibilità 2023.

Tale percorso evolutivo è certamente riconducibile ad almeno due fattori:

- la **maggiore consapevolezza di un management più pronto** a sapere leggere e interpretare i megatrend ESG e le relative implicazioni di un settore il cui contributo allo sviluppo sostenibile e il conseguente apprezzamento da parte del mercato divengono crescenti, nonostante a livello europeo vi sia stato un notevole rallentamento e ampliamento dei limiti precedentemente previsti in ambito normativo della compliance sul tema della sostenibilità,
- l'ampliamento di un **ecosistema sostenibile di relazioni istituzionali e partnership commerciali**, incentrato sull'integrazione della sostenibilità non solo nel modello di business, ma nell'intera catena del valore.

L'adesione allo standard GRI 3 (2021) rappresenta ancora una volta l'elemento di centralità dell'analisi di materialità di Oropan, un processo "per step" per la definizione della materialità di impatto che si integra con il DMA (Double Materiality Process) previsto dagli ESRS il cui elemento di integrazione risiede certamente nella definizione e valutazione dei rischi ed opportunità associabili agli impatti effettivi e potenziali (approccio IRO – Impatti Rischi Opportunità).

Definizione della catena del valore



Valutazione della materialità di impatto

FASE 1
Comprendere il contesto in relazione agli impatti, tra cui le attività dell'azienda, e i rapporti

FASE 2
Identificare gli impatti effettivi e potenziali (sia positivi che negativi), anche attraverso il coinvolgimento degli stakeholder e degli esperti

FASE 3
Valutare la materialità degli impatti adottando soglie per determinare quali impatti saranno coperti nel report di sostenibilità

Valutazione della doppia materialità

FASE 1
Comprensione del contesto

FASE 2
Definizione degli IRO effettivi e potenziali

FASE 3
Valutazione degli IRO materialI

RENDICONTAZIONE

Per comprendere il contesto di riferimento dell'organizzazione, previsto nella fase 1 del processo di materialità, Oropan ha scelto di puntare ancora una volta sull'attività di **sensibilizzazione e formazione ESG a favore dei componenti del Comitato Sostenibilità e rischi che hanno portato avanti questo ambizioso progetto.**

Sessioni di approfondimento sono state dedicate non solo alle principali novità introdotte dalla normativa "Stop the clock" e dal nuovo standard di rendicontazione volontario ESRS per le

Legenda:

Impatto Effettivo: ☆ **Impatto Potenziale:** □

Fase 1: coltivazione e raccolta grano

Fase 2: approvvigionamento risorse

Fase 3: produzione

Fase 4: logistica

Fase 5: riutilizzo

Pillar strategici per la sostenibilità:

- **Innovazione e crescita economica**
- **Cura dell'ambiente**
- **Valore per il mercato, filiere e territorio**
- **Sostenibilità in azienda**

TEMI 2024	GRI Standards	ESRS	Impatti	Tipologia Negativo/ Positivo	Tipologia Effettivo/ Potenziale	Fase della catena del valore impattata
Etica, integrità del business e anticorruzione	GRI 205: Anticorruzione	ESRS G1: Condotta delle imprese	Gestione del business non etica e anti competitiva (es. episodi di corruzione, concussione, conflitti di interesse, ecc.)	−	□	
Marketing, etichettatura e soddisfazione del cliente e del consumatore	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali	Gestione efficiente di un sistema di resi sull'invenduto e di reclami attraverso un processo di monitoraggio strutturato	+	☆	
			Gestione non efficiente della relazione con il cliente	−	☆	
			Episodi di non conformità in tema di etichettatura su informazioni di prodotto	−	□	
Governance, compliance normativa e gestione dei rischi	GRI 418: Privacy dei clienti	ESRS G1: Condotta delle imprese	Formalizzazione di un assetto di governance della sostenibilità che monitori lo stato di avanzamento delle diverse progettualità di tipo ESG	+	☆	
			Adozione di sistemi di gestione e di qualità per gestire le differenti fattispecie di rischio aziendale nell'integrazione con rischi di tipo ESG	+	☆	
Uso razionale dell'energia	GRI 302: Energia	ESRS E1: Cambiamento climatico	Maggior consumo di energia	−	☆	
			Bassa quota di energia da fonti rinnovabili	−	☆	
Spreco alimentare e gestione dei rifiuti	GRI 306: Rifiuti 2020	ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	Eccessiva incidenza degli sprechi di prodotti da forno e mancato riutilizzo degli stessi	−	□	
			Utilizzo di sottoprodotti e sfridi di produzione che nuocciono al benessere degli animali	−	□	
			Non corretto smaltimento dei rifiuti derivanti dal ciclo di produzione	−	□	
Gestione del packaging sostenibile	GRI 301: Materiali	ESRS E2: Inquinamento	Mancata progettazione di soluzioni di packaging sostenibile	−	☆	
Emissioni e cambiamento climatico	GRI 305: Emissioni	ESRS E1: Cambiamento climatico	Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	−	☆	
			Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	−	☆	
Gestione della risorsa idrica	GRI 303: Acqua e scarichi idrici	ESRS E3: Acque e risorse marine	Consumo eccessivo di acqua come materia prima	−	☆	
			Gestione responsabile del ciclo idrico nell'ambito del processo produttivo	+	□	
Biodiversità e salute del suolo	GRI 304: Biodiversità	ESRS E4: Biodiversità ed ecosistemi	Utilizzo di tecniche intensive a base di fertilizzanti e consumo eccessivo di acqua per la coltivazione di grano con conseguenti effetti in termini di degrado del suolo e di perdita di biodiversità	−	☆	
			Effetti sui servizi ecosistemici derivanti dalle scelte agronomiche della filiera	−	☆	

PMI, ma anche alle prime evidenze e survey riguardanti gli ESRS early adopter, ovvero le imprese europee e italiane che si sono cimentate per il fiscal year 2024 con la prima applicazione della direttiva CSRD e dei relativi standard ESRS. In particolare, sono stati affrontati gli aspetti di maggiore complessità, quali: l'applicazione del principio della **doppia materialità**, la rappresentazione della **catena del valore e dei relativi impatti**, **l'integrazione dei rischi ESG e la loro relativa relativa gestione**[1].

La **fase 2** di **definizione degli impatti**, effettivi e potenziali, si basa sull'analisi effettuata nel corso del 2024, le cui risultanze hanno prodotto un ventaglio complessivo di 17 temi ESG (di cui 7 ambientali, 4 sociali, 6 di business e di governance), distinti in ben 33 impatti (di cui 22 negativi e 11 positivi, 19 effettivi e 14 potenziali), ognuno dei quali è stato messo in relazione con i 4 pillar del piano strategico di sostenibilità 2023-25 dell'azienda, ovvero "Innovazione e crescita economica", "Cura dell'ambiente", "Valore per il mercato, filiera e territorio" e "Sostenibilità in azienda".

La rappresentazione che segue mappa il quadro complessivo dei temi ESG e dei relativi impatti nella catena del valore di Oropan, in raccordo con la declaratoria del GRI e degli ESRS (oggi oggetto di revisione dell'EFRAG). Si precisa che i temi e gli impatti riportati rappresentano la totalità dei topic e subtopic mappati dall'azienda, la cui valutazione, ai fini dell'analisi di materialità di impatto e di doppia materialità, sarà oggetto di successiva rappresentazione.

1 Alcuni dei riferimenti analizzati nell'ambito delle attività di sensibilizzazione e formazione del Comitato rischi e sostenibilità della Oropan:

- KPMG (2025), Rendicontazione di sostenibilità 2024. La Survey di KPMG sul primo anno di applicazione della CSRD in Italia.
- Hall, M.D. (2025), CSRD 2025. Pulse check survey.

TEMI 2024	GRI Standards	ESRS	Impatti	Tipologia: Negativo/ Positivo	Tipologia: Effettivo/ Potenziale	Fase della catena del valore impattata
Gestione responsabile delle materie prime	GRI 301: Materiali	ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare	Utilizzo errato di materie dovuto in parte all'assenza di modelli di circolarità di utilizzo	−	□	
Filiera locale e catena di fornitura sostenibile	GRI 202: Presenza sul mercato GRI 203: Impatti economici indiretti	ESRS S2: Lavoratori nella catena del valore	Assenza di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali e sociali	−	☆	
			Violazione dei diritti umani attraverso il ricorso a fornitori che sfruttano il lavoro minorile o forzato, e/o non assicurano la libertà di associazione e contrattazione collettiva, e/o perpetrano forme di discriminazione sul lavoro	−	□	
			Adozione di sistemi di certificazione di filiera locale, tracciata e sostenibile	+	☆	
Comunicazione trasparente e responsabile	GRI 417: Marketing ed etichettatura	ESRS G1: Condotta delle imprese	Rendicontazione di informazioni verso l'esterno inattendibili e/o non verificate	−	□	
			Inadeguatezza nella comunicazione aziendale verso il consumatore o veicolo di messaggi fallaci o non in linea con le pratiche aziendali di tipo ESG	−	□	
Tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	ESRS S3: Comunità interessate	Mancata trasparenza in termini di origine delle materie prime, processi e prodotti	−	□	
			Produzione di alimenti espressione della tradizione socio-gastronomica di un territorio	+	□	
Formazione e valorizzazione delle persone	GRI 404: Formazione	ESRS S1: Forza lavoro propria	Sviluppo di competenze trasversali attraverso continua attività di formazione	+	☆	
Tutela della salute e della sicurezza sul lavoro	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro		Sviluppo di sistemi di gestione e progetti che favoriscano la maggiore tutela della sicurezza sui luoghi di lavoro	+	☆	
Diversità, inclusione e pari opportunità	GRI 405: Diversità e pari opportunità		Promozione e mantenimento della diversità, inclusione e pari opportunità nel contesto organizzativo aziendale grazie a politiche e sistemi a sostegno del tema	+	□	
			Assenza di parità retributiva tra i generi per uno stesso lavoro	−	☆	
Welfare aziendale e retention dei dipendenti	GRI 402: Relazione tra lavoratori e management		Turnover aziendale negativo	−	☆	
			Stabilità occupazionale (e conseguente sicurezza economica) per i lavoratori	+	☆	
			Introduzione e miglioramento costante di un sistema di welfare adeguato anche attraverso un sistema di benefit e premiale per i dipendenti	+	□	

Sulla base dell'analisi degli impatti e della valutazione dei rischi e delle opportunità a essi associati – in un'ottica di materialità finanziaria – **Oropan ha compiuto un vero e proprio passo avanti**, riuscendo a tradurre concretamente gli impatti ESG del proprio business in effetti misurabili su costi, investimenti e ricavi.

Attraverso l'analisi di benchmark settoriali e la valutazione approfondita dei progetti ESG e degli investimenti pianificati, l'azienda è stata in grado di comprendere con maggiore precisione **come i 33 impatti identificati** si riflettano sulla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine, sia per Oropan che per i suoi stakeholder.

In particolare, la valutazione della materialità di impatto e della materialità finanziaria è stata effettuata applicando con rigore le **linee guida EFRAG sulla doppia materialità**, ovvero considerando, per ogni singolo impatto: in base all'approccio inside-out, i tre parametri valutativi della severità, probabilità e irrimediabilità; in base all'approccio outside-in, i due parametri dell'entità e probabilità.

La valutazione della materialità di impatto e della materialità finanziaria è giunta, come ci si aspettava, ad una prioritizzazione differente. La schematizzazione che segue mette in relazione i primi 10 impatti valutati secondo i due approcci, dal confronto dei quali emerge, nel caso della **materialità di impatto**, una **prevalenza di impatti del business sull'ambiente** (6 su 10). Più rilevanti in termini **economico-finanziari** risultano, invece, gli **aspetti legati al mercato ed alle comunità locali**. Tuttavia, presentano una rilevanza elevata anche gli aspetti legati alla gestione dell'energia, in coerenza soprattutto con le specificità di un settore energivoro come quello nel quale Oropan opera.

Materialità di impatto	Prioritizzazione	Materialità finanziaria
Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte dall'azienda	1	Maggior consumo di energia
Cambiamento climatico dovuto alle emissioni di gas effetto serra prodotte nella logistica in entrata e in uscita	2	Produzione di alimenti espressione della tradizione socio-gastronomica di un territorio
Violazione dei diritti umani attraverso il ricorso a fornitori che sfruttano il lavoro minorile o forzato, e/o non assicurano la libertà di associazione e contrattazione collettiva, e/o perpetrano forme di discriminazione sul lavoro	3	Bassa quota di energia da fonti rinnovabili
Consumo eccessivo di acqua come materia prima	4	Assenza di parità retributiva tra i generi per uno stesso lavoro
Assenza di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali e sociali	5	Rendicontazione di informazioni verso l'esterno inattendibili e/o non verificate
Gestione non efficiente della relazione con il cliente	6	Assenza di un sistema di qualifica e valutazione dei fornitori in base a criteri ambientali e sociali
Bassa quota di energia da fonti rinnovabili	7	Adozione di sistemi di certificazione di filiera locale, tracciata e sostenibile
Utilizzo di tecniche intensive a base di fertilizzanti e consumo eccessivo di acqua per la coltivazione di grano con conseguenti effetti in termini di degrado del suolo e di perdita di biodiversità	8	Gestione non efficiente della relazione con il cliente
Effetti sui servizi ecosistemici derivanti dalle scelte agronomiche della filiera	9	Mancata trasparenza in termini di origine delle materie prime, processi e prodotti
Gestione del business non etica e anticompetitiva (es. episodi di corruzione, concussione, conflitti di interesse, ecc.)	10	Sviluppo di competenze trasversali attraverso continua attività di formazione

A integrazione dell'analisi sugli impatti si riporta la valutazione stand alone dei topic ESG in base ai due approcci sulla materialità. La prima colonna della tabella evidenzia in grassetto i 12 temi da considerarsi materiali in conformità allo standard GRI (approccio in accordance) assumendo come valore soglia 12.

I valori assegnati agli impatti derivano dal prodotto della valutazione di "severità", "portata" e "irrimediabilità", i tre fattori che, in allineamento con il GRI e con le più recenti normative di rendicontazione, sono stati considerati durante l'analisi di materialità. Ogni tema, infatti, è stato valutato singolarmente sulla base di questi tre elementi, in base ad una scala da 1 a 5.

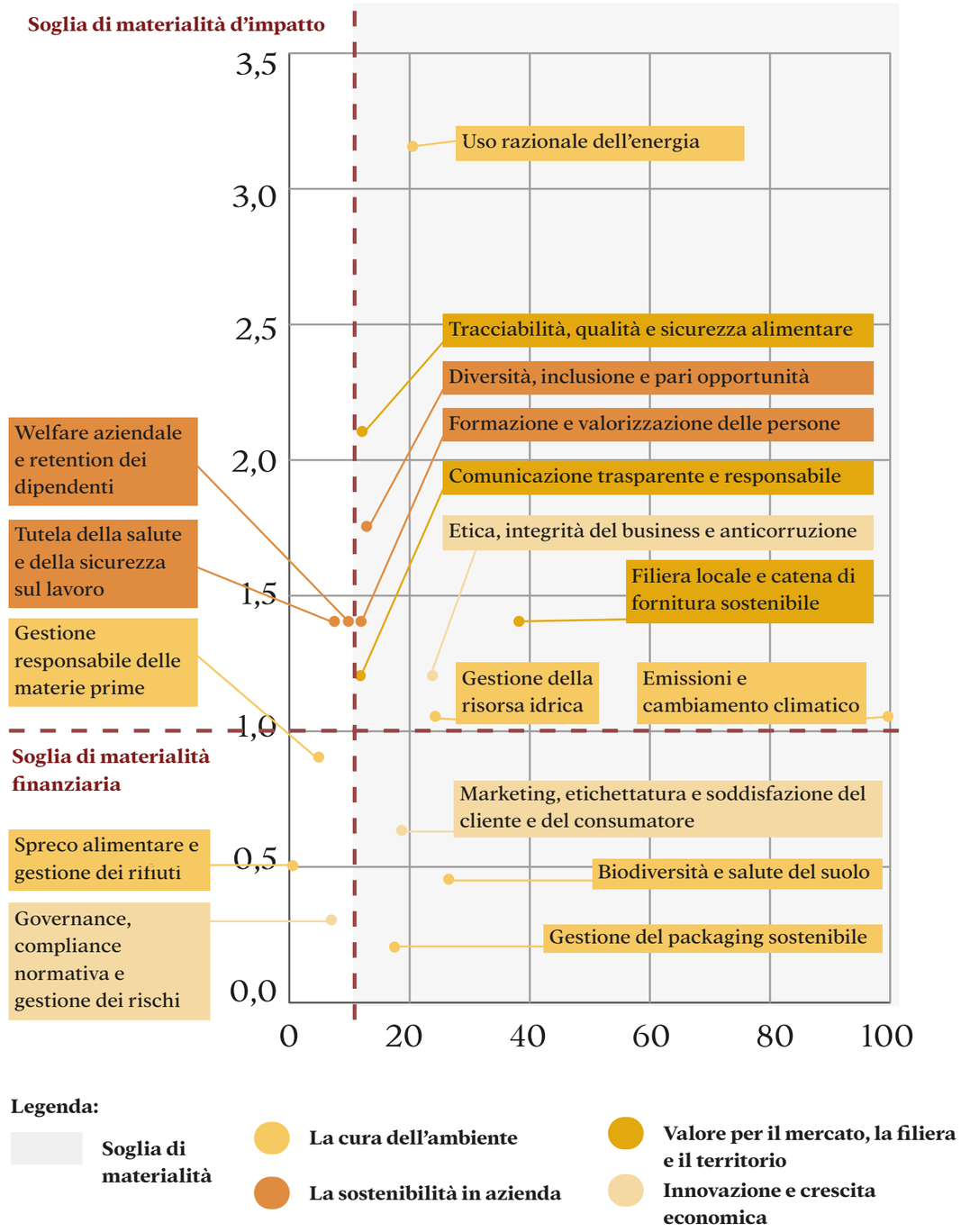
I temi ESG, così come i relativi impatti, sono stati valutati anche in base alla prospettiva outside-in, ovvero di materialità finanziaria, assumendo come fattori di valutazione l'entità e la probabilità sempre sulla base di una scala da 1 a 5. In questo caso il valore soglia assegnato è pari ad 1.

Combinando quindi le risultanze della valutazione della materialità di impatto con quelli della materialità finanziaria, è stato possibile giungere alla definizione di una matrice di doppia materialità dalla lettura della quale (nella parte alta di destra della matrice) emergono complessivamente i seguenti 12 temi che soddisfano il doppio requisito di materialità:

A) Etica, integrità del business e anticorruzione,
B) Marketing, etichettatura e soddisfazione del cliente e del consumatore
D) Uso razionale dell'energia,
F) Gestione del packaging sostenibile
G) Emissioni e cambiamento climatico
H) Gestione della risorsa idrica,
I) Biodiversità e salute del suolo
K) Filiera locale e catena di fornitura sostenibile,
L) Comunicazione trasparente e responsabile,
M) Tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare,
N) Formazione e valorizzazione delle persone,
P) Diversità, inclusione e pari opportunità.

Codice	TEMI 24	Materialità Impatto
A	**Etica, integrità del business e anticorruzione**	**24,30**
B	**Marketing, etichettatura e soddisfazione del cliente e del consumatore**	**19,17**
C	Governance, compliance normativa e gestione dei rischi	7,50
D	**Uso razionale dell'energia**	**21,00**
E	Spreco alimentare e gestione dei rifiuti	1,07
F	**Gestione del packaging sostenibile**	**18,00**
G	**Emissioni e cambiamento climatico**	**100,00**
H	**Gestione della risorsa idrica**	**24,75**
I	**Biodiversità e salute del suolo**	**27,00**
J	Gestione responsabile delle materie prime	5,40
K	**Filiera locale e catena di fornitura sostenibile**	**38,67**
L	**Comunicazione trasparente e responsabile**	**12,30**
M	**Tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare**	**12,60**
N	**Formazione e valorizzazione delle persone**	**12,00**
O	Tutela della salute e della sicurezza sul lavoro	8,00
P	**Diversità, inclusione e pari opportunità**	**13,35**
Q	Welfare aziendale e retention dei dipendenti	10,33

Matrice di materialità



LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Sin dal 2022, Oropan ha deciso di formalizzare un percorso strutturato per la definizione e lo sviluppo di politiche e iniziative di sostenibilità all'interno dell'Azienda.

La pianificazione e l'adozione di un approccio strategico alla sostenibilità sono diventati, di fatto, elementi fondanti dell'intera strategia aziendale.

L'Azienda ha ufficializzato il proprio impegno nel primo Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, fondato sui quattro pilastri ascrivibili a 8 aree strategiche d'affari e riconducibili a 17 macro-obiettivi con un piano di azioni che si aggiornano costantemente. A fine 2023 il numero delle azioni previste era pari ad 80. Sempre nel corso del 2024, anche in virtu' dell'analisi di doppia materialità svolta da Oropan nel 2023, il Piano Strategico di Sostenibilità è stato ulteriormente sviluppato al fine di identificare con maggiore dettaglio gli obiettivi e le azioni da collegare agli impatti, rischi ed opportunità definiti. Alla luce di detta analisi sono emerse ulteriori 21 azioni che sono state inserite nel Piano strategico 2023-2025 e che saranno alla base del nuovo piano strategico 2026-2029.

Tutte le iniziative individuate racchiudono l'impegno di Oropan rispetto alle tematiche di natura ambientale, sociale e di governance, integrandole con gli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU:

MACROBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

E PRINCIPALI OBIETTIVI REALIZZATIVI

PILASTRO I:

La sostenibilità in azienda

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Adottare politiche, procedure e presidi che integrino i fattori ESG all'interno dei processi Aziendali			
1.1 Ottenimento e mantenimento della certificazione ISO 14001	●		
1.2 Ottenimento e mantenimento della certificazione ISO 37001	●		
1.3 Ottenimento e mantenimento della certificazione SA8000	●		
1.4 Aggiornamento MOGC 231/01 e Codice Etico	●		●
1.5 Iscrizione al Global compact			●
OBIETTIVO 2 • Definire e rafforzare la struttura organizzativa in chiave ESG			
2.1 Istituzione del Comitato di sostenibilità e designazione Sustainability Manager		●	
2.2 Pubblicazione annuale del Bilancio di sostenibilità	●	●	●
2.3 Formalizzazione Piano Strategico di Sostenibilità	●		
OBIETTIVO 3 • Promuovere la diversity, la parità e le pari opportunità			
3.1 Ottenimento e mantenimento Certificazione PDR 125	●		
OBIETTIVO 4 • Promuovere l'empowerment dei dipendenti, sviluppando e tutelando il capitale umano			
4.1 Ottimizzazione degli ambienti produttivi, con l'obiettivo di salvaguardare la salute e il benessere dei lavoratori		●	
4.2 Sviluppo dell'occupazione, con focus su espansione numerica e valorizzazione delle competenze		●	●
4.3 Ottenimento della certificazione ISO 45001	●		

PILASTRO II:
La cura dell'ambiente

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Efficenza energetica			
1.1 Investimento in tecnologie ad alta efficienza energetica e a basso impatto ambientale, con l'obiettivo di ridurre i consumi e le emissioni	●		
1.2 Realizzazione di un audit energetico finalizzato a mappare i principali centri di consumo e identificare opportunità di efficientamento, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e promuovere una gestione responsabile delle risorse energetiche			●
1.3 Acquisizione di certificazioni di sostenibilità			
1.3.1 Certificazione ISO 14046:2014 WATERFOOTPRINT		●	
1.3.2 Certificazione ISO 14067:2018 CARBON FOOTPRINT di un prodotto (Friselle)		●	
1.3.3 Certificazione ISO 14064-1:2019 CARBON FOOTPRINT di stabilimento		●	
1.3.4 Certificazione EASI® - Ecosistema Aziendale Sostenibile Integrato		●	
1.3.5 Certificazione ISO 50001			●
OBIETTIVO 2 • Materie prime			
2.1 Investimento in infrastrutture per la gestione e il trattamento delle risorse idriche, volto ad efficientarne l'utilizzo	●		
2.2 Ottenimento certificazione ISCC PLUS, per una linea di prodotto		●	
OBIETTIVO 3 • Packaging aziendale			
3.1 Riduzione e semplificazione degli imballaggi con l'uso di packaging monomateriale, con l'obiettivo di semplificare la raccolta differenziata da parte del consumatore finale e a promuovere migliori pratiche di economica circolare			●
3.2 Utilizzo, per la linea di pane fresco Forte, di un packaging in carta riciclabile e certificata FSC		●	
OBIETTIVO 4 • Riduzione degli sprechi ed economia circolare			
4.1 Implementazione di sistemi di Automazione dei processi volti all'ottimizzazione dei rifiuti			●
4.2 Prioritizzazione delle politiche aziendali volte alla riduzione dei consumi energetici, dei rifiuti, delle emissioni e dell'uso dell'acqua			●

PILASTRO III:
Valore per il mercato, la filiera e il territorio

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Comunicazione trasparente			
1.1 Dialogo costante con Stakeholder e e condivisione dei vari risultati conseguiti	●	●	●
1.2 Coinvolgimento degli stakeholder attraverso diversi strumenti di dialogo (questionari, panel focus group, workshop) e rilevazione del consenso;		●	●
1.3 Collaborazione con gli stakeholder attraverso la creazione di gruppi di lavoro al fine dello sviluppo e la realizzazione di progetti di miglioramento (open innovation)			●
1.4 Coprogettazione di procedure di governance che coinvolgano gli stakeholder			●
OBIETTIVO 2 • Benessere del territorio e delle comunità			
2.1 Riqualificazione dell'area in cui ha sede l'Azienda			●
2.2 Organizzazione di "Bread Class" aperte alla comunità locale			●
2.3 Donazione delle eccedenze prodotte dall'Azienda	●	●	●
OBIETTIVO 3 • Valutazione ambientale e sociale dei fornitori			
3.1 Implementazione nel sistema aziendale della procedura di Valutazione Ambientale e Sociale degli Stakeholder, in particolare dei fornitori		●	●

PILASTRO IV:
Innovazione e crescita economica

IMPEGNI	2023	2024	2025
OBIETTIVO 1 • Collaborazione con Università ed Enti di ricerca			
1.1 Percorso di formazione erogato a personale interno per l'allestimento di un nuovo laboratorio R&S, a supporto dell'innovazione			●
1.2 Sviluppo e validazione nuove formulazioni per la preparazione di pani e focacce a contenuto salutistico e funzionale			●
1.3 Ottimizzazione processo di produzione di pane surgelato			●
OBIETTIVO 2 • Digitalizzazione ed automazione			
2.1 Digitalizzazione della tracciabilità dei prodotti per garantire trasparenza, sicurezza e sostenibilità lungo tutta la filiera	●	●	
2.2 Razionalizzazione dei processi per ridurre scarti e sprechi, promuovendo l'efficienza produttiva e l'economica circolare		●	

CAPITOLO 3
Informativa ambientale

GRI 3-3

Per Oropan, l'impegno per mitigare l'impatto ambientale delle attività produttive è uno degli **elementi imprescindibili** che guidano ogni giorno il suo operato. Questo si traduce nella messa in atto di diverse e numerose attività strategiche legate alla sostenibilità, tra cui: la gestione responsabile dei consumi, l'implementazione di azioni di monitoraggio e miglioramento delle performance, nonché la formazione destinata a tutti i dipendenti.

In un contesto globale in cui le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) assumono un ruolo sempre più centrale, Oropan ha adottato un approccio strategico che integra l'**analisi di doppia materialità**. Questo approccio richiede di valutare non solo come le attività dell'azienda impattino sull'ambiente, ma anche come i cambiamenti ambientali possano influenzare la capacità dell'azienda di generare valore a lungo termine. Pertanto, l'informativa ambientale che segue, sarà focalizzata sulle aree chiave che rappresentano gli impatti ambientali più significativi selezionati sulla base dei principali risultati ottenuti dall'analisi di materialità:

- **la riduzione dei consumi energetici e delle emissioni**
- **la gestione sostenibile delle risorse idriche**

L'utilizzo di tale approccio permette di offrire agli stakeholder una panoramica chiara dei progressi e dell'impegno di Oropan verso la progressiva riduzione dell'impatto sull'ambiente, mostrando i provvedimenti messi in atto dall'Azienda nella propria strategia a lungo termine per mitigare i rischi ambientali. L'obiettivo è non solo **minimizzare l'impatto sull'ambiente**, ma anche **rafforzare la resilienza dell'organizzazione** di fronte alle sfide future.

A testimonianza della sua attenzione costante verso tutte le dimensioni della sostenibilità, pur non risultando tra i temi prioritari emersi dall'analisi di doppia materialità, sono stati monitorati e rendicontati gli elementi e i dati relativi **all'uso responsabile delle materie prime e la minimizzazione dei rifiuti** che rappresentano aspetti di rilevante importanza per Oropan, in quanto azienda produttiva, impegnata a ottimizzare l'efficienza delle risorse e ridurre l'impatto ambientale della propria produzione.

CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 302-3 GRI 302-1

Per rispondere alle **rilevanti esigenze energetiche dettate dalle attività produttive**, Oropan ha ritenuto fondamentale attuare interventi sistematici finalizzati a gestire in modo efficace ed efficiente i consumi energetici.

Uno dei principali obiettivi di Oropan è garantire un approvvigionamento energetico sempre più orientato verso **fonti rinnovabili**, promuovendo l'integrazione di energie pulite nel proprio mix energetico aziendale, attualmente composto principalmente da energia elettrica e gas naturale.

I consumi dell'Azienda per l'anno 2024, a fronte di un aumento della produzione, hanno visto una leggera diminuzione dei consumi rispetto all'anno precedente attestandosi a 66.763 GJ.

Consapevole di far parte di un settore industriale caratterizzato dall'alto utilizzo di energia, soprattutto a causa del funzionamento dei forni delle linee di produzione, Oropan si impegna attivamente a sviluppare **soluzioni innovative per ridurre la propria impronta ambientale** e contribuire alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio. Al fine di favorire l'approvvigionamento da fonti rinnovabili, Oropan si avvale dunque di **energia autoprodotta** tramite quattro diversi impianti fotovoltaici di proprietà, per un totale della potenza nominale installata di 881 kW. Nel corso del 2025, è prevista la sostituzione di tutti gli impianti fotovoltaici presenti con pannelli di ultimissima generazione che permetteranno, a parità di spazio occupato, un aumento della potenza nominale del 30%.

Grazie agli sforzi compiuti negli anni, gli impianti fotovoltaici di proprietà hanno dato un contributo significativo, producendo nel 2024 un totale di 3.281 GJ di energia. Di questi, 355 GJ sono stati destinati alla produzione di energia elettrica venduta.

GRI 302-1

		2022	2023	2024
[GRI 302-1] Consumi di energia suddivisi per fonte	**GJ**	**61.569**	**63.508**	**66.763**
Consumi di Gas naturale per riscaldamento	GJ	32.835	32.726	34.704
Consumi di Gasolio per riscaldamento	GJ	-	-	-
Consumi Gpl per riscaldamento	GJ	-	-	-
Consumi per flotte auto (benzina)	GJ	257	422	410
Consumi per flotte auto (gasolio)	GJ	1.640	1.359	1.023
Consumi per flotte auto (Gpl)	GJ	-	-	-
Consumo energia elettrica acquistata	GJ	23.157	25.742	26.602
di cui acquistata da fonti rinnovabili	*GJ*	*9.802*	-	-
Consumo calorie derivanti da teleriscaldamento	GJ	-	-	-
Consumo di energia da pannelli fotovoltaici	GJ	3.240	2.919	3.281
Energia elettrica autoprodotta e venduta	GJ	440	340	355

GRI 302-3

[GRI 302-3] Intensità energetica		2022	2023	2024
Totale consumi energetici	GJ	59.232	61.387	64.975
Totale quantità prodotte	t	16.305	17.300	18.200
Fatturato	€	39.899.327	45.076.190	47.081.696
Intensità energetica (prodotto)	GJ/t	3	4	4
Intensità energetica (fatturato)	Mj/€	1	1	1

GRI 305-1 GRI 305-2

[GRI 305-1; 305-2] Emissioni di gas effetto serra		2022	2023	2024
Scope 1	Ton. CO_2 eq.	1.999	1.849	2.056
Scope 2 (location based)	Ton. CO_2 eq.	2.315	2.256	2.332
Scope 2 (market based)	Ton. CO_2 eq.	2.960	3.283	3.393

Nella valutazione dell'intensità energetica, calcolata rapportando i consumi energetici al fatturato, si è registrato un andamento stabile rispetto all'anno precedente. Un aumento del consumo di energia è stato infatti compensato da un corrispondente incremento del fatturato, mantenendo l'intensità energetica su livelli simili a quelli dell'anno precedente.

Le performance registrate rispetto ai consumi energetici si riflettono inevitabilmente sulle emissioni clima alteranti di cui l'Azienda è responsabile. Queste sono state calcolate in piena conformità con le indicazioni previste dal GRI.

Esse sono dunque riconducibili a due principali categorie emissive, definite Scope 1 e Scope 2:

- Lo **Scope 1** include le emissioni dirette generate dalle attività interne dell'Azienda o da quelle da essa controllate. Queste emissioni derivano principalmente dalle fonti stazionarie di combustione, necessarie per il funzionamento e il riscaldamento degli impianti, in aggiunta alle fonti di combustione mobili, quali la flotta aziendale[2].
- Lo **Scope 2** include invece le emissioni indirette derivanti dalla produzione di elettricità, vapore o calore forniti da terze parti in luoghi diversi da quelli in cui vengono utilizzati. Tali emissioni sono attribuite all'Azienda in quanto consumatrice finale, sebbene non prodotte direttamente. Il calcolo viene effettuato secondo due distinti approcci: *market based*, stimato a partire dai fattori di emissione associati all'energia elettrica erogata dai fornitori selezionati, oppure *location based*, approccio che impiega i fattori di emissione relativi al mix energetico nazionale[3]. In virtù dell'assenza di Garanzie di Origine certificate relative all'energia elettrica acquistata, si è deciso di riportare esclusivamente i risultati ottenuti secondo la metodologia location based, in quanto stando a queste condizioni non è possibile valorizzare il mix energetico del fornitore prescelto dall'Azienda.

2 Nello Scope 1 sono da ricomprendere anche le emissioni fuggitive di gas refrigeranti. A causa del monitoraggio del dato da parte dell'azienda a partire dall'esercizio 2023, non è stato possibile contabilizzare gli impatti ad essi associati dell'anno 2022.

3 Rappresentazione dell'impronta carbonica relativamente al consumo di combustibili per l'alimentazione del processo produttivo, del riscaldamento e della flotta aziendale e al consumo di energia elettrica acquistata dalla rete nazionale. I fattori di emissione impiegati per i combustibili riferiscono alle linee guida ABI 2024, mentre i fattori di emissione impiegati per l'approvvigionamento elettrico fanno riferimento al report European Residual Mixes (AIB, 2023).

Iniziative

Nel 2025, nell'ambito del Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025, sono previste le seguenti iniziative correlate ai consumi energetici e alle emissioni:

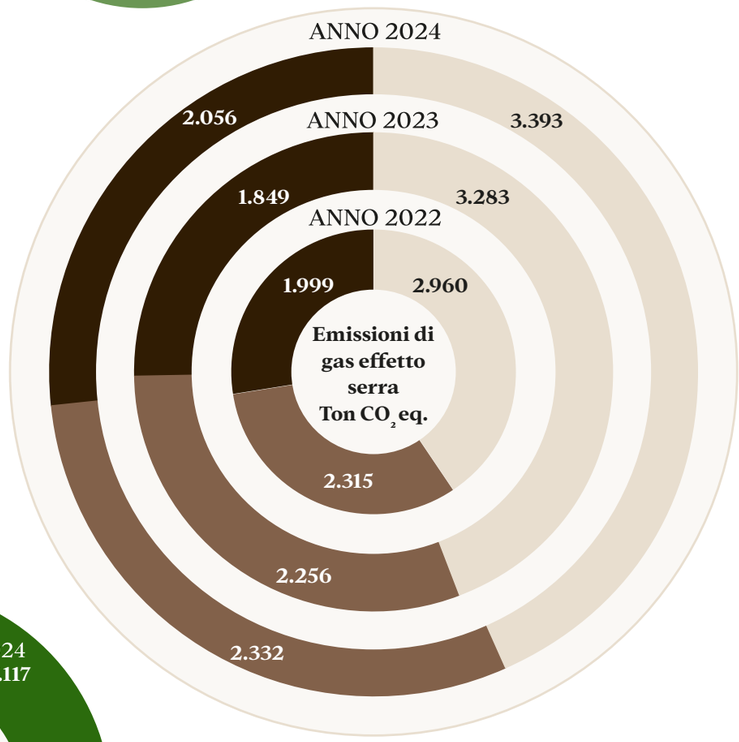
1. Svolgimento di un Audit energetico per individuare i centri di consumo energetico al fine di ottimizzare la gestione dell'energia;

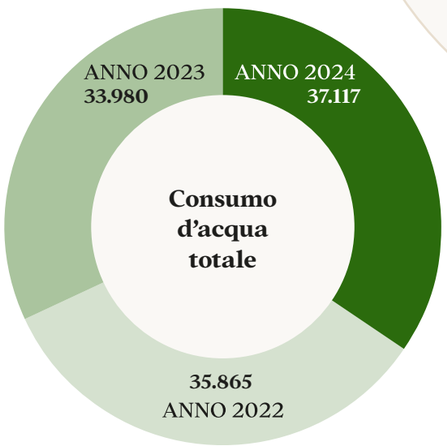
2. Implementazione e conseguimento certificazione ISO 50001:2018 – Energy Management Standard;

3. Potenziamento Impianti Fotovoltaici per incremento del consumo di energia da fonti rinnovabili;

LEGENDA- Emissioni di gas effetto serra:

- Scope 2 (market based)
- Scope 2 (location based)
- Scope 1





LA GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

GRI 303-1 | GRI 303-3 | GRI 303-5

L'acqua rappresenta un ingrediente imprescindibile per i prodotti da forno di Oropan, basati sulle ricette della tradizione di cui l'Azienda è custode. La corretta gestione di un bene tanto prezioso è dunque elemento centrale all'interno della strategia di sostenibilità aziendale.

L'Azienda, riconoscendo che **la qualità del prodotto può variare in base alla durezza dell'acqua utilizzata**, ha adottato un approccio rigoroso e sistematico per il controllo della risorsa idrica.

L'acqua, inoltre, viene utilizzata per **scopi tecnici a supporto del processo di surgelazione**, impiegandola sia nelle torri di abbattimento della temperatura che nelle caldaie di servizio e venendo sottoposta, a seconda dell'impianto di destinazione, a processi di addolcimento dedicati.

L'acqua di Oropan è prelevata dalla linea di distribuzione fornita del gestore territoriale competente, e viene poi destinata agli usi descritti in conformità alle disposizioni di cui al D.lgs. 18/2023 (Attuazione della direttiva UE 2020/2184 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2020, concernente la qualità delle acque destinate al consumo umano). Ad oggi, sono in fase avanzata le attività inerenti alla finalizzazione del progetto per la realizzazione di una centrale e riserva idrica per ottimizzare la gestione dell'acqua.

Nel corso del 2022, a testimonianza della volontà di implementare misure per garantire la corretta gestione dei consumi, l'Azienda ha dato avvio a un **processo di mappatura e valutazione degli impatti ambientali relativi alla risorsa idrica** che ha determinato una line-up finalizzata alla stesura di un piano di risparmio dell'acqua nel triennio 2023-2025. Stando ai dati di consumo raccolti per il 2024, essi ammontano a 37.117 megalitri, registrando un aumento nell'ordine del 9% rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda gli **scarichi idrici** aziendali è opportuno effettuare una distinzione tra :

- **acque reflue** assimilate alle domestiche: vengono convogliate verso un impianto di trattamento del tipo biologico ad ossidazione e con trattamento finale di fitodepurazione, inserito in AUA n. 19/2020 ai sensi del DPR 59/2013, prima del conferimento al suolo tramite subirrigazione. I conseguenti residui del trattamento delle acque reflue sono gestiti come rifiuti con codice CER 200304 (fanghi di fosse settiche).
- **acque meteoriche**: vengono convogliate in un impianto e sottoposte ad adeguato trattamento. Le stesse, a valle del trattamento, sono disperse in pozzi assorbenti. I residui del trattamento delle acque meteoriche sono gestiti come rifiuti classificati con codice CER 020603 (fanghi da trattamento in loco degli effluenti).

GRI 303-3 | GRI 303-5

[GRI 303-3; GRI 303-5] Prelievo idrico/consumo d'acqua		2022	2023	2024
Consumo di acqua totale	**ML**	**35.865**	**33.980**	**37.117**
Prelievo idrico – Acque di superficie	ML	-	-	-
Prelievo idrico – Acqua di pozzo	ML	-	-	-
Prelievo idrico – Acqua marina	ML	-	-	-
Prelievo idrico – Acqua prelevata da terze parti	ML	35.865	33.980	37.117

LA GESTIONE DELLE MATERIE PRIME E DEI RIFIUTI

GRI 301-1 GRI 301-2 GRI 306-1 GRI 306-2 GRI 306-3 GRI 306-4 GRI 306-5

In Oropan, la **selezione delle materie prime** avviene attraverso procedure volte ad identificare gli ingredienti migliori per la realizzazione dei prodotti. Questo avviene tramite la collaborazione con i fornitori e, in particolare, attraverso la definizione di rigidi capitolati di fornitura, che definiscono i parametri chiave che il fornitore deve garantire per ogni lotto fornito. Per garantire ulteriormente la qualità e conformità dei prodotti, ogni materia prima viene sottoposta a controlli e analisi da parte di laboratori interni ed esterni.

L'utilizzo di questa modalità mira a garantire la mitigazione di potenziali **rischi di mercato o reputazionali**, nonché la prevenzione di possibili problematiche legate alla **sicurezza alimentare**.

Nel 2024, il volume complessivo di rifiuti generati si è ridotto rispetto al 2023 — anno in cui erano stati smaltiti materiali edili in quantità significativa — tornando su livelli in linea con il 2022. L'incremento dei rifiuti pericolosi registrato nel corso dell'anno è riconducibile a un intervento straordinario di bonifica e a lavori di ammodernamento dello stabilimento. Si tratta quindi di un fenomeno temporaneo e non ricorrente.

Per quanto riguarda i rifiuti da ufficio, come carta e plastica derivanti dalle attività quotidiane, non si segnalano variazioni rilevanti rispetto agli anni precedenti.

Nel tempo, Oropan ha consolidato una strategia di gestione dei rifiuti coerente con la propria politica di sostenibilità, puntando su tre direttrici principali: corretta differenziazione, riduzione dei volumi generati e massimizzazione del recupero.

In questo percorso, l'azienda ha adottato procedure interne rigorose, supportate dal processo di certificazione ISO 14001, che consentono un monitoraggio continuo e puntuale degli scarti prodotti.

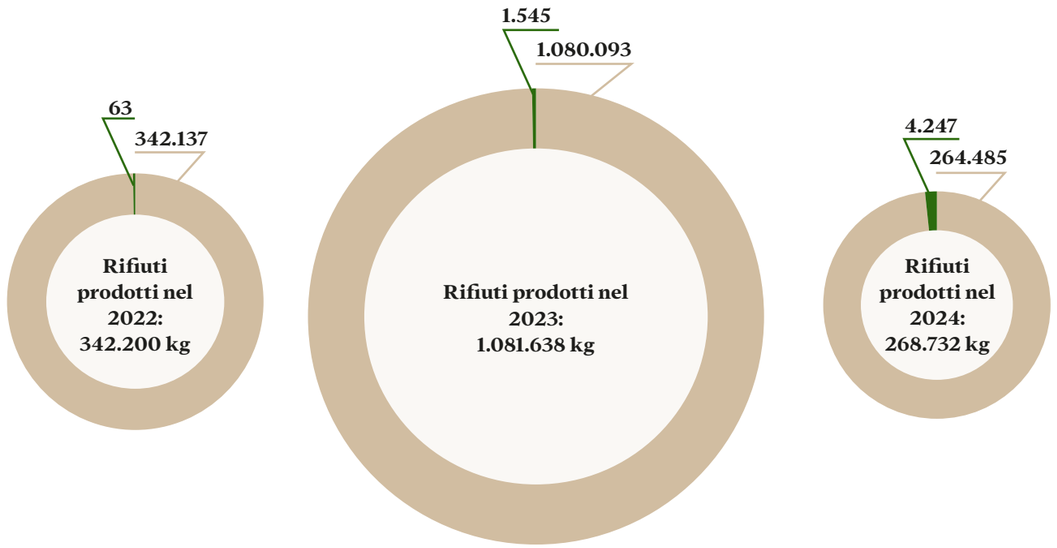
GRI 301-1 GRI 301-2

[GRI 301-1] Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione		2022	2023	2024
Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione	**Kg**	**13.123.286**	**13.540.410**	**14.440.792**
Sfarinati	Kg	12.390.665	12.911.650	13.675.135
Olio	Kg	30.407	29.580	25.510
Olio di semi di girasole	Kg	-	-	47.229
Sale	Kg	253.000	252.850	279.550
Altri ingredienti	Kg	449.214	346.330	413.368

LEGENDA RIFIUTI PRODOTTI:

Peso totale rifiuti prodotti non pericolosi

Peso totale rifiuti prodotti pericolosi



[GRI 301-1] Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione		2022	2023	2024
Totale materiale utilizzato per packaging	**Kg**	**1.565.063**	**1.516.840**	**1.699.591**
Cartone	Kg	1.400.989	1.375.350	1.485.443
Carta	Kg	-	-	29.152
Plastica (Bobine fresco+secco)	Kg	150.147	128.385	99.742
Plastica (Buste surgelato)	Kg	-	-	66.519
Alluminio	Kg	-	-	-
Acciaio	Kg	1.434	1.588	1.719
Legno	Kg	12.493	11.517	17.016

[GRI 301-2] Peso o il volume totale dei materiali utilizzati durante il periodo di rendicontazione		2022	2023	2024
Percentuale di materiali riciclati utilizzati	%	0%	0%	0%
Totale peso dei materiali del packaging	Kg	1.565.063	1.516.840	1.699.591
Totale peso materiali utilizzati che provengono da riciclo	Kg	-	-	-

Oropan si avvale inoltre della collaborazione di partner specializzati nella gestione dei rifiuti, selezionati attraverso criteri rigorosi di qualità e affidabilità. I fornitori vengono sottoposti a specifici assessment da parte dell'ufficio acquisti, con l'obiettivo di verificarne la conformità ai requisiti tecnici e contrattuali previsti, in particolare in relazione ai codici CER applicabili.

GRI 306-3 | GRI 306-4 | GRI 306-5

[GRI 306-3] Rifiuti prodotti		2022	2023	2024
Rifiuti prodotti	**Kg**	**342.200**	**1.081.638**	**268.732**
Peso totale dei rifiuti prodotti NON PERICOLOSI	Kg	342.137	1.080.093	264.485
Peso totale dei rifiuti prodotti PERICOLOSI	Kg	63	1.545	4.247

		2022	2023	2024
[GRI 306-4] Peso totale dei rifiuti non destinati a smaltimento e una suddivisione di questo in base alla composizione dei rifiuti	**Kg**	**190.420**	**974.530**	**224.592**
NON PERICOLOSI	Kg	190.357	974.023	224.553
PERICOLOSI	Kg	63	507	39
Peso totale dei rifiuti pericolosi non destinati a smaltimento e una suddivisione di questo in base alla composizione dei rifiuti;	**Kg**	**63**	**507**	**39**
Preparazione al riutilizzo	**Kg**	**63**	**-**	**39**
- presso il sito	Kg	4	-	-
- fuori del sito	Kg	59	-	39
Riciclaggio	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Altre operazioni di recupero	**Kg**	**-**	**507**	**-**
- presso il sito	Kg	-	507	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Peso totale dei rifiuti non pericolosi non destinati a smaltimento e una suddivisione di questo in base alla composizione dei rifiuti;	**Kg**	**190.357**	**974.023**	**224.553**
Preparazione al riutilizzo	**Kg**	**190.357**	**974.023**	**224.553**
- presso il sito	Kg	1.677	-	-
- fuori del sito	Kg	188.680	974.023	224.553
Riciclaggio	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Altre operazioni di recupero	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-

		2022	2023	2024
[GRI 306-5] Peso totale dei rifiuti destinati a smaltimento e una suddivisione di questo in base alla composizione dei rifiuti	**Kg**	**-**	**107.108**	**44.140**
Pericolosi	Kg	-	1.038	4.208
Non pericolosi	Kg	-	106.070	39.932
b. Peso totale in tonnellate dei rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento, e una suddivisione di questo totale per composizione dei rifiuti	**Kg**	**-**	**1.038**	**4.208**
Incenerimento (con recupero di energia)	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Incenerimento (senza recupero di energia)	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Conferimento in discarica	**Kg**	**-**	**1.038**	**4.208**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	1.038	4.208
Altre operazioni di smaltimento	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
c. Peso totale in tonnellate dei rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento, e una suddivisione di questo totale per composizione dei rifiuti	**Kg**	**152.190**	**106.070**	**39.932**
Incenerimento (con recupero di energia)	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Incenerimento (senza recupero di energia)	**Kg**	**-**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-
Conferimento in discarica	**Kg**	**-**	**106.070**	**39.932**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	106.070	39.932
Altre operazioni di smaltimento	**Kg**	**152.190**	**-**	**-**
- presso il sito	Kg	-	-	-
- fuori del sito	Kg	-	-	-

CAPITOLO 4
Informativa sociale

GRI 3-3

Tramite i risultati emersi dall'analisi di doppia materialità Oropan ha definito le aree chiave da rendicontare nell'ambito dell'informativa sociale, evidenziando le seguenti aree di rilievo:

- **Le Persone**: la sezione esplora e approfondisce i temi legati a formazione e valorizzazione del personale; tutela della salute e della sicurezza sul lavoro; politiche di diversità, inclusione e pari opportunità e le strategie di welfare aziendale e retention dei dipendenti, finalizzate a promuovere un clima di lavoro positivo e motivante.
- **La Catena di Fornitura**: la sezione approfondisce le tematiche relative alla filiera locale e alla sostenibilità lungo la catena di fornitura.
- **L'Impegno per i Clienti e il Territorio**: la sezione approfondisce il tema della tracciabilità, qualità e sicurezza alimentare e della comunicazione trasparente e responsabile. Inoltre, viene esaminato l'impatto positivo dell'azienda sul territorio, grazie ad iniziative che rafforzano il legame con la comunità locale.

LE PERSONE

Oropan considera il **capitale umano e la sua valorizzazione** come **elementi essenziali** per il successo dell'Azienda.

L'intera **popolazione aziendale** rappresenta un **asset immateriale di valore inestimabile**, in quanto racchiude l'insieme di capacità, competenze, conoscenze e abilità professionali e relazionali acquisite dai collaboratori (comprese hard, soft e deep skills).

Il welfare aziendale e il work-life balance

GRI 403-6 GRI 401-2

Oropan è da sempre molto attenta a promuovere pratiche e policy che assicurino la **salute e l'integrità psico-fisica dei dipendenti**, e che garantiscano la parità di genere e la pari opportunità. Oropan ha da tempo avviato numerose iniziative volte al miglioramento dell'equilibrio psico-fisico dei suoi dipendenti, contenute anche nel Piano Strategico di Sostenibilità 2023-2025.

Il programma prevede, tra le varie cose, agevolazioni in ambito di **assistenza sanitaria, previdenza e tempo libero,** nonché **condizioni agevolate su prodotti finanziari**, e condizioni vantaggiose **sull'acquisto di prodotti e servizi proposti dalle società Corporate Benefits** incluse nel programma welfare hub. Si prevedono anche **fringe benefit** a sostegno dei rincari energetici e di aiuto al caro vita.

In relazione al proprio business, Oropan supporta i dipendenti tramite la **scontistica** sull'acquisto di prodotti da forno presso punti vendita partner, e la possibilità di ritirare su base giornaliera e gratuita un **quantitativo di prodotto Oropan per i fabbisogni familiari.**

Nel mese di ottobre 2024, la società ha aderito al progetto **"NutriAMO il Cuore"** per ridurre i rischi cardiovascolari dei suoi dipendenti attraverso il controllo dello stato di salute e la promozione di stili di vita corretti e salutari. L'iniziativa, totalmente gratuita, si è collocata nell'ambito del percorso di welfare già intrapreso dall'azienda. Il progetto è stato attivato su iniziativa del Servizio Prevenzione e Sicurezza degli Ambienti di Lavoro (SPeSAL) della ASL BA, in collaborazione con il Servizio Igiene degli Alimenti e Nutrizione (SIAN) e in sinergia con Oropan. Infine, in occasione del Santo Natale 2024, l'Azienda ha deciso di elargire a tutti i suoi dipendenti un **bonus straordinario** caricato direttamente su una piattaforma digitale da utilizzarsi per effettuare acquisti in oltre 40.000 attività su tutto il territorio nazionale (supermercati, pompe di benzina, palestre, profumerie, ecc) oltre che sui più importanti portali di e-commerce. A partire da dicembre 2024, Oropan ha avviato diverse iniziative di welfare dedicate a migliorare l'equilibrio tra vita professionale e personale dei propri dipendenti. Per supportare i genitori, l'azienda ha introdotto 3 giorni di permesso extra oltre al congedo obbligatorio, favorendo così la presenza accanto ai figli nei primi giorni di vita.

Inoltre, i dipendenti con figli possono beneficiare di un contributo per l'acquisto di libri scolastici e materiale di cancelleria, alleviando il peso economico sulle famiglie. Tra i vantaggi offerti, sono inclusi prodotti per la colazione gratuiti e uno sconto del 20% su tutti i prodotti di rosticceria, panetteria e dolciaria.

Queste misure riflettono l'impegno di Oropan nel creare un ambiente di lavoro più equilibrato e attento alle esigenze personali, promuovendo il benessere familiare e migliorando la qualità della vita lavorativa e privata.

Oropan e lo screening senologico

La ferma volontà di coniugare il benessere personale con il benessere professionale, sempre ha spinto Oropan ad organizzare, all'interno del programma di welfare intrapreso, una giornata di screening senologico (mammografica, visita senologica ed ecografia), dedicata a tutte le donne di Oropan e alle donne della famiglia dei dipendenti. In collaborazione con l'associazione di volontariato 'Una Stanza per un Sorriso' la giornata organizzata in Oropan, ha ospitato il camper della Prevenzione, un innovativo strumento elettromedicale a quattro ruote dotato di sistema mammografico digitale 3D con tomosintesi di ultimissima generazione. L'iniziativa è stata riservata a tutte le donne di Oropan e alle donne della famiglia dipendenti in fascia d'età compresa tra 40 e 49 anni.

Il valore delle persone

GRI 2-21

Il costo del personale nell'esercizio è stato pari a K€8.228 con un incremento rispetto all'esercizio precedente pari a circa il 15%. Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento della forza lavoro da 164 unità del 2023 a ben 180[1] unità del 2024, in virtù dell'aumento del volume di affari e all'adeguamento delle retribuzioni del personale in base all'aggiornamento del CCNL e all'avanzamento dei percorsi di carriera. Si evidenzia, altresì, che il piano di change management adottato dall'azienda ha comportato, nel corso dell'anno, l'inserimento di nuove figure sia nel Top Management che nel middle management.

Si riporta di seguito l'evoluzione della forza lavoro nel corso dell'ultimo quinquennio:

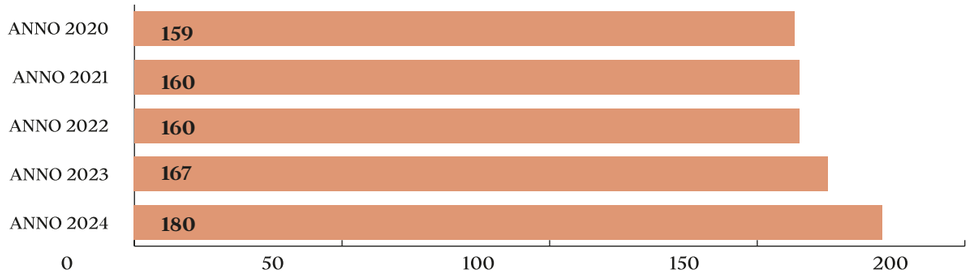
GRI 2-7

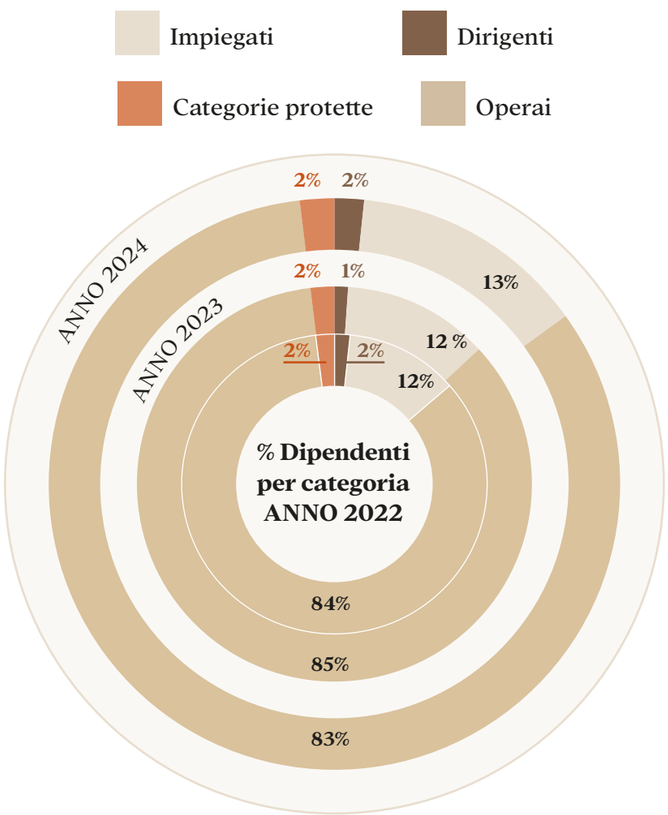
		2022	2023	2024
[GRI 2-7] Totale dipendenti	**N.**	**156**	**164**	**170**
Di cui uomini	N.	150	156	155
Di cui donne	N.	6	8	15

		2022	2023	2024
[GRI 2-7] Totale per tipologia di contratto e genere	**N.**	**156**	**164**	**170**
A tempo indeterminato (totale)	N.	134	144	155
Di cui uomini	N.	129	137	143
	%	96%	95%	92%
Di cui donne	N.	5	7	12
	%	4%	5%	8%
A tempo determinato (totale)	N.	22	20	15
Di cui uomini	N.	21	19	12
	%	95%	95%	80%
Di cui donne	N.	1	1	3
	%	5%	5%	20%
Full time (totale)	N.	156	164	170
Di cui uomini	N.	150	156	155
	%	96%	95%	91%
Di cui donne	N.	6	8	15
	%	4%	5%	9%
Part time (totale)	N.	-	-	-
Di cui uomini	N.	-	-	-
	%	-	-	-
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-

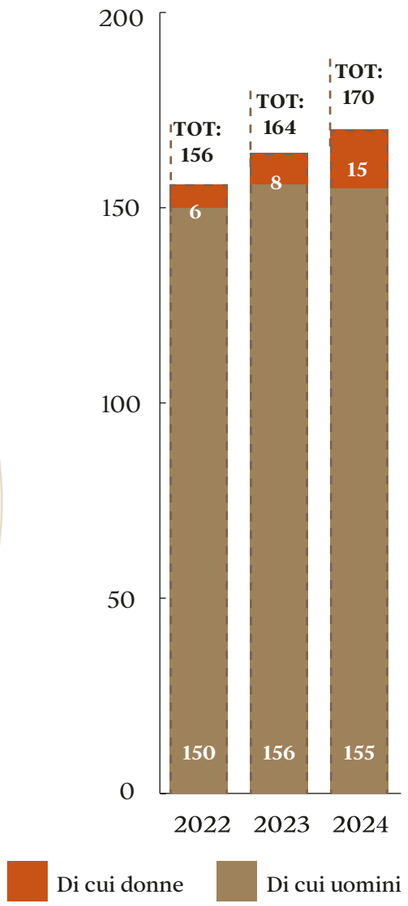
1 Di cui 170 dipendenti (GRI 2-7); 7 somministrati e 3 co.co.co.

Evoluzione della forza lavoro





Totale dipendenti suddiviso per genere



GRI 2-8

		2022	2023	2024
[GRI 2-8] Totale dipendenti a ore non garantite	**N.**	**4**	**3**	**10**
Co.co.co. (collaborazione coordinata e continuativa)	N.	4	3	3
Uomini	N.	3	2	2
	%	75%	67%	67%
Donne	N.	1	1	1
	%	25%	33%	33%
Somministrati	N.	-	-	7
Uomini	N.	-	-	7
	%	-	-	100%
Donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-

GRI 2-30

Il rapporto di lavoro offerto ai dipendenti è stabile e continuativo, con il 91% degli stessi con un **contratto di lavoro a tempo indeterminato**. Gli operai rappresentano l'84% del personale aziendale, mentre le altre due categorie, impiegati e dirigenti, rispettivamente il 14% e 2%.

Si evidenzia come il 100% della popolazione aziendale sia coperto da accordi di contrattazione collettiva: Oropan applica il **CCNL ASSIPAN – ASSOPANIFICATORI- FIESA** per tutti gli impiegati e gli operai, mentre per i 3 Dirigenti è prevista l'applicazione del CCNL Dirigenti Industria.

GRI 405-1

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Numero totale di dirigenti	**N.**	**3**	**2**	**3**
Per genere	%	2%	1%	2%
Uomini	N.	3	2	3
	%	100%	100%	100%
Donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-
< 30 anni	N.	-	-	-
	%	-	-	-
30-50 anni	N.	1	1	2
	%	33%	50%	67%
Di cui uomini	N.	1	1	2
	%	100%	100%	100%
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-
> 50 anni	N.	2	1	1
	%	67%	50%	33%
Di cui uomini	N.	2	1	1
	%	100%	100%	100%
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Numero totale di impiegati	**N.**	**19**	**20**	**23**
Per genere	%	12%	12%	14%
Uomini	N.	13	14	15
	%	68%	70%	65%
Donne	N.	6	6	8
	%	32%	30%	35%
< 30 anni	N.	1	-	1
	%	5%	-	4%
Di cui uomini	N.	-	-	1
	%	-	-	100%
Di cui donne	N.	1	-	-
	%	100%	-	-
30-50 anni	N.	15	17	19
	%	79%	85%	83%
Di cui uomini	N.	11	12	12
	%	73%	71%	63%
Di cui donne	N.	4	5	7
	%	27%	29%	37%
> 50 anni	N.	3	3	3
	%	16%	15%	13%
Di cui uomini	N.	2	2	2
	%	67%	67%	67%
Di cui donne	N.	1	1	1
	%	33%	33%	33%

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Numero totale di operai	**N.**	**134**	**142**	**144**
Per genere	%	86%	87%	85%
Uomini	N.	134	140	137
	%	100%	99%	95%
Donne	N.	-	2	7
	%	-	1%	5%
< 30 anni	N.	31	32	28
	%	23%	23%	19%
Di cui uomini	N.	31	31	26
	%	100%	97%	93%
Di cui donne	N.	-	1	2
	%	-	3%	7%
30-50 anni	N.	69	74	74
	%	51%	52%	51%
Di cui uomini	N.	69	74	72
	%	100%	100%	97%
Di cui donne	N.	-	-	2
	%	-	-	3%
> 50 anni	N.	34	36	42
	%	25%	25%	29%
Di cui uomini	N.	34	35	39
	%	100%	97%	93%
Di cui donne	N.	-	1	3
	%	-	3%	7%

Impiegati e operai sono le uniche categorie in cui sono presenti donne.

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Numero totale di dipendenti appartenenti alle categorie protette	**N.**	**3**	**3**	**3**
Uomini	N.	3	3	3
	%	100%	100%	100%
Donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-
< 30 anni	N.	-	-	-
	%	-	-	-
30-50 anni	N.	1	1	1
	%	33%	33%	33%
Di cui uomini	N.	1	1	1
	%	100%	100%	100%
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-
> 50 anni	N.	2	2	2
	%	67%	67%	67%
Di cui uomini	N.	2	2	2
	%	100%	100%	100%
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-

Nota: La società sta collaborando con gli uffici preposti per la selezione di nuove risorse con i requisiti richiesti dalla normativa della legge 68/99.

GRI 405-2

		2022	2023	2024
[GRI 405-2] Rapporto stipendio base medio tra uomini e donne				
Impiegati	%	65%	85%	83%
Operai	%	-	44%	58%

		2022	2023	2024
[GRI 405-2] Rapporto remunerazione media tra uomini e donne				
Impiegati	%	63%	74%	76%
Operai	%	-	37%	54%

Nota: Nel 2022 non erano presenti donne tra gli operai

La selezione e la gestione delle risorse umane

GRI 2-20

Per raggiungere questi obiettivi, l'azienda ha introdotto una procedura specifica che regola in modo chiaro tutte le fasi della gestione del personale: selezione, assunzione, definizione della retribuzione, formazione e incentivazione.

Questo approccio consente di garantire un processo di selezione strutturato, trasparente e imparziale, orientato alla ricerca di collaboratori che condividano i valori di Oropan.

L'Azienda si contraddistingue, inoltre, per la volontà di **individuare e coinvolgere i giovani del territorio**, incentivando la crescita personale e professionale sotto il profilo culturale, economico e sociale. Questo è possibile anche tramite un solido percorso di formazione, garantendo corsi di coaching, e offrendo l'opportunità di apprendimento sul campo.

La Direzione del personale e il responsabile di funzione sono coinvolti fin dalle prime fasi di selezione e gestione delle risorse umane. Il neoassunto viene integrato in un **processo di valutazione delle "hard e soft skills",** che inizia sin dal primo giorno di inserimento. La valutazione delle performance è monitorata continuamente dal responsabile di funzione, che alla fine del periodo di prova riferisce alla Direzione per confermare l'allineamento tra valori dichiarati, comportamenti effettivi e competenze tecniche e teoriche. La Direzione verifica anche le soft skills richieste, in base a esperienza, mansioni, ruoli e responsabilità, e, se necessario, può coinvolgere uno psicologo del lavoro. Una volta superato il periodo di prova, il neoassunto entra nel **processo di valutazione continua**. Qualora a seguito delle periodiche valutazioni delle performance agite si registri un GAP tra il profilo ideale e quello reale si procede con un piano di potenziamento e sviluppo formativo, finalizzato a ridurre/azzerare il GAP aziendale.

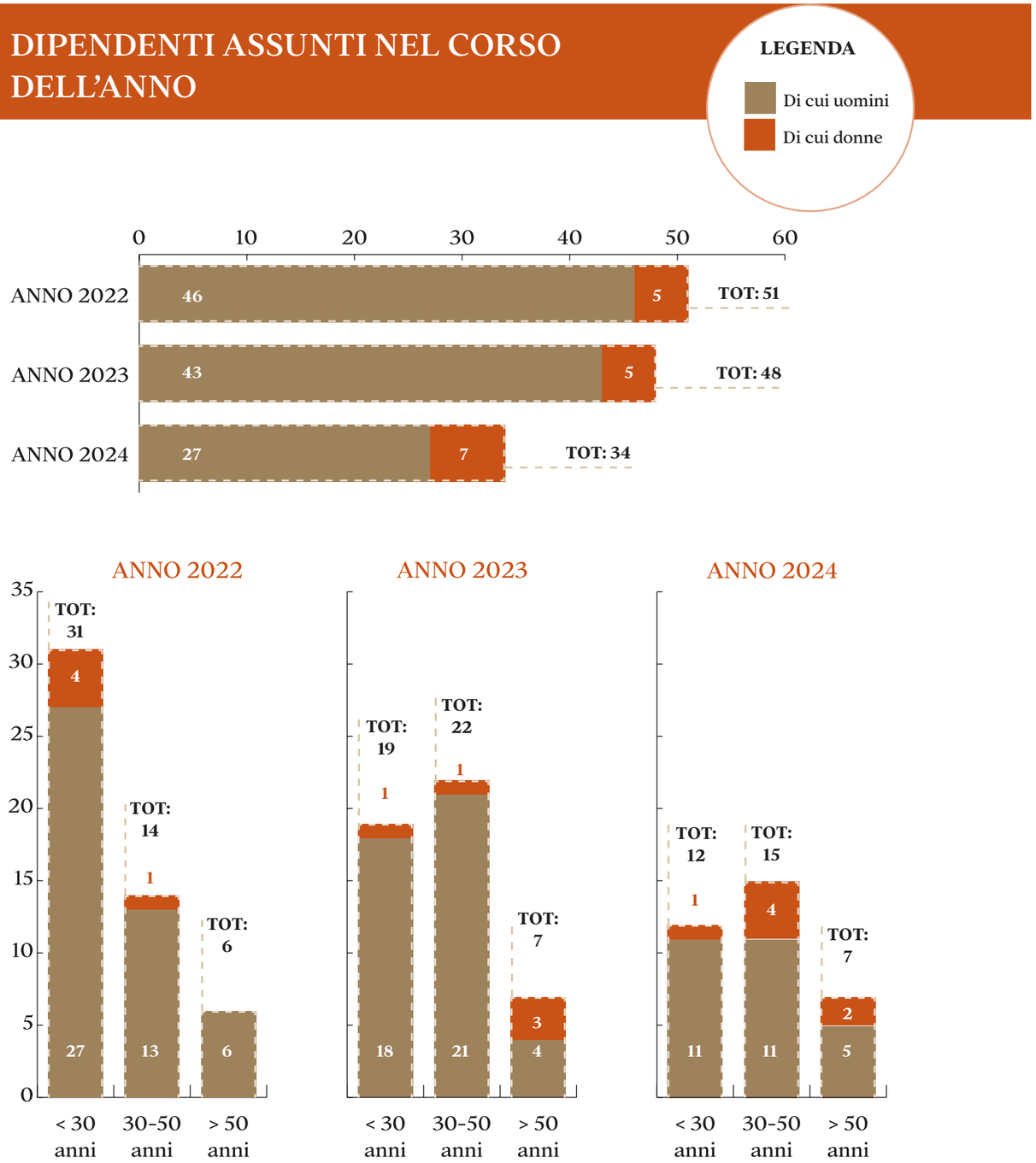
Nel corso del 2024, Oropan **ha assunto 34 Persone**, mentre le uscite sono state 28. Il turnover dei dipendenti, seppur con sempre maggiori ingressi rispetto alle uscite, risente delle peculiari dinamiche legate alla tipologia del settore produttivo a cui appartiene la Oropan, che prevede una distribuzione del prodotto su base giornaliera e senza soluzione di continuità nel corso dell'intero anno.

Oropan valorizza il talento e l'impegno quotidiano dei propri dipendenti, ponendo attenzione alle loro esigenze personali e promuovendo un equilibrato rapporto tra vita lavorativa e privata.

GRI 401-1

		2022	2023	2024
[GRI 401-1] Totale dipendenti assunti nel corso dell'anno	**N.**	**51**	**48**	**34**
Per genere	**N.**	**51**	**48**	**34**
Uomini	N.	46	43	27
Donne	N.	5	5	7
< 30 anni	N.	31	19	12
Di cui uomini	N.	27	18	11
Di cui donne	N.	4	1	1
30-50 anni	N.	14	22	15
Di cui uomini	N.	13	21	11
Di cui donne	N.	1	1	4
> 50 anni	N.	6	7	7
Di cui uomini	N.	6	4	5
Di cui donne	N.	-	3	2

DIPENDENTI ASSUNTI NEL CORSO DELL'ANNO



		2022	2023	2024
[GRI 401-1] Totale dipendenti usciti nel corso dell'anno	**N.**	**49**	**40**	**28**
Per genere	**N.**	**49**	**40**	**28**
Uomini	N.	44	37	28
Donne	N.	5	3	-
< 30 anni	N.	28	13	14
Di cui uomini	N.	25	13	14
Di cui donne	N.	3	-	-
30-50 anni	N.	15	20	10
Di cui uomini	N.	13	19	10
Di cui donne	N.	2	1	-
> 50 anni	N.	6	7	4
Di cui uomini	N.	6	5	4
Di cui donne	N.	-	2	-

[GRI 401-1] Turnover dei dipendenti*		2022	2023	2024
Tasso di turnover complessivo	%	**64%**	**54%**	**36%**
Tasso di turnover in entrata	%	**33%**	**29%**	**20%**
Uomini	%	31%	28%	17%
Donne	%	3%	63%	47%
Per età	%			
< 30 anni	%	21%	59%	41%
30-50 anni	%	9%	24%	16%
> 50 anni	%	4%	18%	15%
Tasso di turnover in uscita	%	**31%**	**24%**	**16%**
Uomini	%	29%	24%	18%
Donne	%	3%	38%	0%
Per età	%			
< 30 anni	%	19%	41%	48%
30-50 anni	%	10%	22%	11%
> 50 anni	%	4%	18%	9%

*Nota: si evidenzia a partire dal 2023 è stata adottata una nuova metodologia di calcolo allineata agli Standard ESRS, e pertanto i dati 2023 e 2024 non risultano completamente confrontabili con quelli del 2022

In merito ai dati del Turnover, dall'analisi dei dati precedenti emerge un sensibile miglioramento del dato complessivo rispetto all'esercizio precedente. È altresì utile ricordare, che il turnover è in piccola parte influenzato, (10-15%), dall'organizzazione di eventi che richiedono brevi collaborazioni, (anche di pochi giorni. Conseguentemente, in tali periodi viene assunto personale con contratti a tempo determinato, che inficia in maniera rilevante sul tasso di turnover.

Nel triennio 2022–2024, Oropan ha mostrato un'evoluzione positiva nella gestione del proprio capitale umano, con una crescita costante del numero totale di dipendenti e un progressivo miglioramento in termini di stabilità occupazionale.

La forza lavoro a fine anno è passata da 160 nel 2022 a 180 nel 2024, segnando un aumento complessivo del 13%. Questo risultato è frutto di un saldo assunzioni/uscite sempre positivo, che indica un'efficace capacità dell'azienda di attrarre e trattenere risorse. Sebbene le assunzioni siano diminuite nel tempo (da 51 nel 2022 a 41 nel 2024), le uscite sono calate in modo ancora più marcato (da 49 a 28 nello stesso periodo), con una riduzione complessiva del 43%.

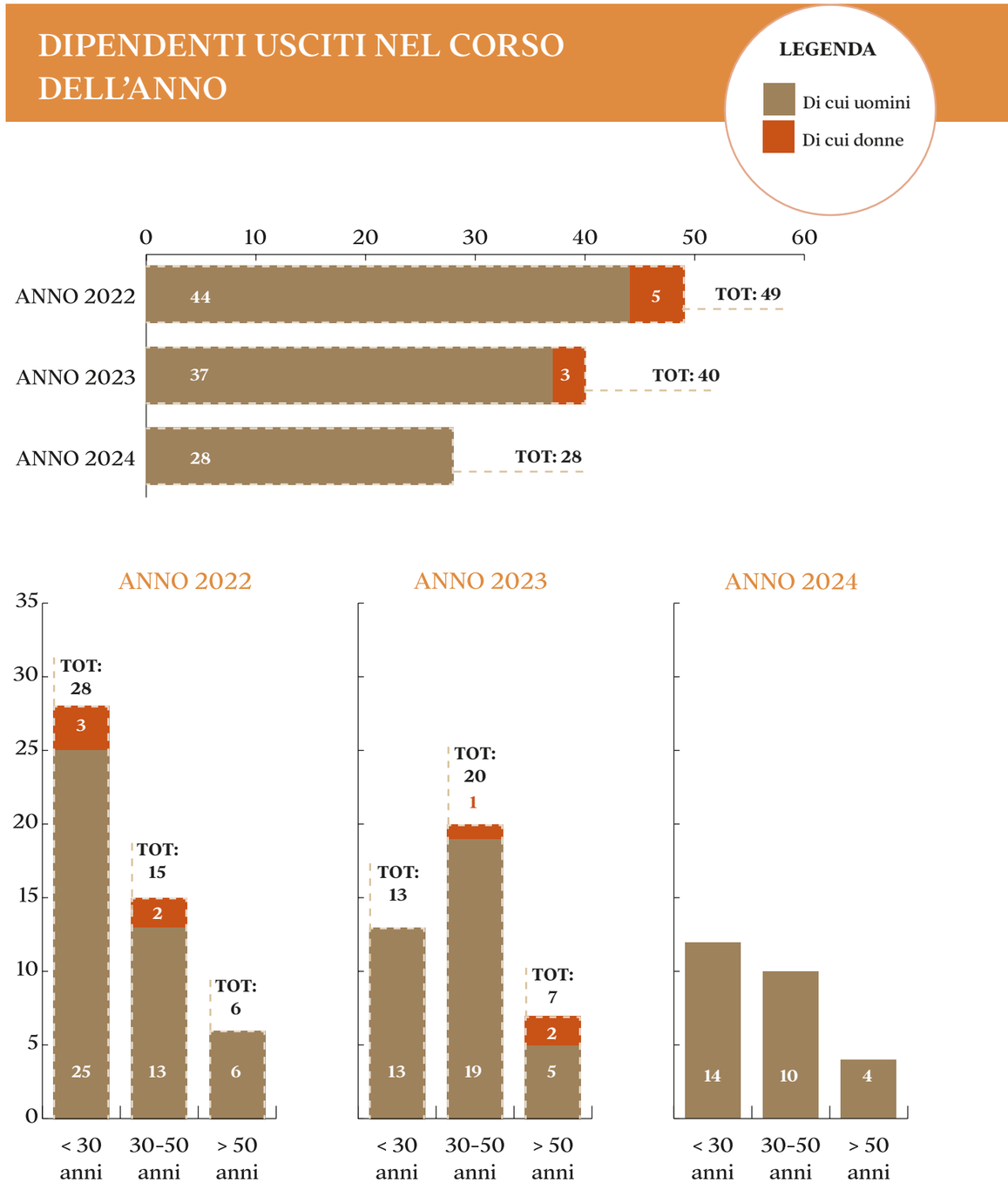
Interessante anche il dato relativo alla componente femminile: pur partendo da numeri ancora contenuti, le assunzioni di donne sono aumentate (+40% dal 2022 al 2024), mentre le uscite sono progressivamente diminuite fino ad azzerarsi nell'ultimo anno analizzato. Questo dato deve essere interpretato come un primo segnale di rafforzamento delle politiche di inclusione e valorizzazione delle diversità di genere.

Nel complesso, i dati testimoniano un'evoluzione positiva del clima occupazionale in azienda: la progressiva riduzione del turnover, unita alla stabilità crescente del personale e al rafforzamento della componente femminile, suggerisce un miglioramento dell'ambiente lavorativo e una maggiore capacità di fidelizzazione.

Si riporta di seguito una tabella sinottica di tutti i dati della forza lavoro precedentemente riportati e commentati:

	2022	2023	2024	2022/2023 %	2023/2024 %	2022/2024 %
Totale forza lavoro inizio anno	**158**	**160**	**167**	**1%**	**4%**	**6%**
Assunzioni nel corso dell'anno	**51**	**48**	**41**	**-6%**	**-15%**	**-20%**
di cui uomini	46	43	34	-7%	-21%	-26%
di cui donne	5	5	7	0%	40%	40%
Uscite nel corso dell'anno	**-49**	**-41**	**-28**	**-16%**	**-32%**	**-43%**
di cui uomini	-44	-38	-28	-14%	-26%	-36%
di cui donne	-5	-3	0	-40%	-100%	-100%
Saldo Netto	2	7	13	250%	86%	550%
Totale forza lavoro a fine anno	**160**	**167**	**180**	**4%**	**8%**	**13%**

DIPENDENTI USCITI NEL CORSO DELL'ANNO



Promozione della diversità e delle pari opportunità

Oropan applica il principio di **rispetto delle diversità e delle pari opportunità in ogni fase del ciclo professionale**, dalla selezione all'uscita dall'azienda. Viene posta particolare attenzione agli aspetti relativi alla promozione della parità di genere e delle pari opportunità e alla lotta contro la discriminazione. in linea con quanto previsto dalle Convenzioni dell'OIL e dalle Convenzioni delle Nazioni Unite contro la Discriminazione.

In linea con questo impegno, Oropan ha partecipato a ***Operazione Felicità***, un evento organizzato per i bambini e ragazzi con disabilità, a testimonianza del sostegno concreto dell'azienda alla promozione della diversità e dell'inclusione. Sostenere iniziative come questa, che offrono esperienze di divertimento ed educazione a tutti, senza distinzioni, è una concreta dimostrazione dell'impegno dell'azienda per creare un ambiente di lavoro e una società più equa, dove la felicità e il rispetto delle diversità sono valori centrali.

Oropan, **condanna con fermezza qualsiasi forma di discriminazione** nell'ambito dell'assunzione, retribuzione, accesso alla formazione, promozione, licenziamento o pensionamento, basati su razza, classe sociale, origine nazionale, luogo di nascita, religione, disabilità, genere, orientamento sessuale, responsabilità familiari, stato civile, appartenenza sindacale, opinioni politiche, età o qualsiasi altra condizione che potrebbe comportare discriminazione.

Per questo motivo la **Direzione si impegna attivamente nel monitoraggio del clima aziendale**, e, al fine di contrastare qualsiasi forma di discriminazione ha previsto:

- **Momenti formativi** sulle politiche adottate e sui sistemi di gestione corrispondenti;
- **Specifiche forme di comunicazione delle eventuali segnalazioni,** anche in forma anonima;
- Provvedimenti volti a **reprimere comportamenti discriminatori**, sia all'interno degli uffici che delle unità produttive;
- **Audit interni** e di terza parte per la verifica dell'attuazione dei sistemi di gestione.

Nonostante l'attenzione posta dall'Azienda sulla questione di genere, l'alta presenza di mansioni operaie su tre turni, e la componente socioculturale del territorio non stimolano l'interesse da parte delle donne nei confronti dell'Azienda. Si evidenzia, tuttavia, che l'esercizio 2024 è stato un anno in controtendenza in quanto **sono state assunte n. 7 risorse di genere femminile con un incremento di quasi il 50% rispetto all'esercizio precedente**. Oropan resta **consapevole dell'importanza dell'attuazione del progetto di evoluzione intrapreso per il pieno rispetto dei principi e requisiti sulla parità di genere** e, proprio per questo motivo, ha previsto all'interno del proprio piano aziendale una serie di investimenti e miglioramenti gestionali quali **investimenti in risorse tecniche** come macchinari ed impianti, volti ad agevolare le attività lavorative e ridurre l'impegno fisico richiesto, e l'**inserimento di nuove figure di staff** nelle aree commerciale, R&S e compliance.

L'**età media dei dipendenti è di 42 anni**, sostanzialmente in **linea rispetto all'anno precedente**, a testimonianza della volontà dell'azienda di continuare ad inserire nell'organico aziendale figure giovani da valorizzare. Questo impegno trova, altresì, riscontro con l'assunzione di 12 dipendenti **al di sotto dei 30 anni, pari al 35% del personale assunto**. Relativamente all'anzianità media di servizio (9 anni nel 2024) si conferma un sostanziale trend di consolidamento e fidelizzazione delle persone.

GRI 405-1

[GRI 405-1] Dipendenti suddivisi per livello di istruzione		2022	2023	2024
Totale dei dipendenti	**N.**	**156**	**164**	**170**
Laureati	N.	12	14	16
Diplomati	N.	53	58	54
Altro (inferiore al diploma)	N.	91	92	100

[GRI 405-1] Dipendenti suddivisi per anzianità		2022	2023	2024
Età media degli occupati	N.	40	41	42
Anzianità media di servizio	N.	8	9	9

Il clima aziendale e il benessere nei luoghi di lavoro

L'azienda tiene sotto osservazione i seguenti fattori, considerandoli come i principali indicatori di un ambiente sereno, positivo e stimolante: il sentiment, il rapporto con la leadership, la congruenza tra i valori dichiarati e quelli effettivamente praticati, il senso di coesione all'interno del team, la chiarezza nella distribuzione di ruoli e responsabilità, la conoscenza e condivisione degli obiettivi progettuali e, infine, la condivisione della mission e della vision aziendale.

Per la valutazione del clima aziendale, Oropan prevede la somministrazione di questionari ai dipendenti, tesi a verificare l'attuazione dei principi e requisiti richiesti dalla norma SA8000:2014, implementata a partire dal 2023.

Il Piano Strategico di Sostenibilità di Oropan prevede, tra i suoi obiettivi, il coinvolgimento periodico del personale e la condivisione dei risultati economici, finanziari e gestionali, comprensivi delle informazioni relative alle azioni intraprese per il conseguimento degli obiettivi fissati nel Piano Strategico.

Training e formazione

GRI 403-5 GRI 404-2

Oropan ha da sempre implementato politiche e investito nel **miglioramento della formazione del proprio capitale umano**, con l'obiettivo di potenziare il proprio vantaggio competitivo e, al contempo, di anticipare e rispondere alle esigenze emergenti del mercato.

Investire nello sviluppo delle competenze significa accrescere la motivazione e la soddisfazione dei dipendenti, contribuendo così a migliorare l'efficienza e l'efficacia dei processi in modo coerente con gli standard e i valori dell'azienda.

I temi cardine sui quali Oropan provvede ad alimentare la cultura dell'innovazione e la sua attinenza alla mission e vision aziendale vengono definiti all'interno di programmi formativi, i "**Calibration Meeting**" volti ad affinare principalmente le tecniche di team building, a misurare, monitorare ed implementare la consapevolezza individuale. Oltre a ciò, per promuove attivamente un ambiente di lavoro in cui i dipendenti siano incoraggiati a sperimentare nuove idee, affrontare sfide creative e adattarsi a un mercato in continua evoluzione, Oropan ha implementato degli incontri periodici con il team R&D per discutere nuovi concept di prodotto e processi (**LAB Meeting**).

In generale, la **formazione** è indirizzata al management e ad ogni risorsa delle funzioni produttive, logistica, manutenzione, sistema Qualità, ma anche ai giovani che non sono ancora attivi nel mondo del lavoro, sulla cui formazione, la società investe tempo e risorse con Istituti di formazione e prestigiose università, finanziando borse di studio per promuovere e sostenere attività di ricerca scientifica nel settore d'interesse. Nel corso del 2024, sono state erogate **formazioni ai dipendenti in merito a molte delle certificazioni ambientali e sociali possedute dall'Azienda**, nonché tutte le formazioni obbligatorie per legge (es. **Salute e Sicurezza**). Il Comitato di Sostenibilità e Rischi ha inoltre beneficiato di formazioni su diversi ambiti della sostenibilità (es. Analisi di Doppia Materialità). Infine, i **programmi di mentorship interni ed esterni** favoriscono la crescita professionale e il trasferimento di know-how tra esperti e giovani talenti.

Anche le **soft skill** sono ritenute importanti in ambito di formazione. Per questo, sono previsti dei percorsi relativi al mantenimento della concentrazione e dell'attenzione, all'allenamento dell'intelligenza emotiva e, infine, alla valorizzazione delle qualità personali e relazionali di ciascun collaboratore durante lo svolgimento delle proprie attività e nella corretta gestione del team e dei team work.

Oropan riconosce inoltre l'importanza delle "**deep skills**", ossia delle competenze trasversali che ormai sono diventate parte integrante del modo di agire e che influenzano la rete neurale. Questo tipo di competenze è particolarmente utile per gestire situazioni incerte e include la capacità empatica, la capacità di interagire efficacemente con gli altri, l'abilità di ascolto attivo, la solidarietà, ma anche la capacità di tollerare l'incertezza, la propensione al rischio, la flessibilità comportamentale e l'agilità mentale.

La gestione del processo formativo è affidata alla Direzione del personale, che garantisce lo svolgimento e il costante monitoraggio delle relative attività. I piani formativi, finalizzati allo sviluppo delle competenze tecniche (hard skills) e soft skills, vengono definiti per favorire una solida interazione intra ed extra-team. A tal fine, sono stati **adibiti dei team inter-funzionali** (marketing, R&S, uffici tecnici, qualità, ecc.) per la realizzazione di alcuni progetti specifici, come quelli legati alle tematiche ESG. Questo si traduce anche nelle modalità di somministrazione della formazione che avviene tramite diverse metodologie, tra cui il training sul luogo di lavoro e i corsi formativi presenziati da specialisti. Il personale è monitorato e valutato attraverso strumenti strutturati come il metodo STAR (Situazione, Compito, Azione, Risultato) per migliorare la crescita professionale.

5.853
ore di formazione totali nel 2024

3.920
ore di formazione tecnica nel 2024

La formazione del personale rappresenta un elemento strategico per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, non solo in termini di produttività, ma anche per garantire la qualità del lavoro svolto.

Oropan Academy

La Oropan Academy è la prima accademia dedicata al mondo della panificazione: un innovativo percorso di formazione gratuita, della durata di un anno, che è stato finalizzato alla formazione di due profili: quello del panificatore e quello di addetto alla manutenzione all'installazione degli impianti civili ed industriali.

Questa iniziativa, fortemente voluta da Vito e Lucia Forte, ha dato l'opportunità di assunzione e formazione con contratto di apprendistato di 1° livello a ragazzi di età compresa tra i 18 e 25 anni. Il percorso formativo di 300 ore in aula e 500 ore on the job, ha permesso ai ragazzi selezionati di conseguire un attestato di qualificazione professionale. Volontà dell'azienda è stata quella di dare nuova linfa ad una professione, quella del panificatore, che ha segnato e segna la storia e la cultura della città di Altamura. Questo Progetto è stato realizzato attraverso la costituzione di una Associazione Temporanea di Scopo composta da OROPAN SPA, IFOA, GI GROUP SPA, ISTITUTO PROFESSIONALE "DENORA LORUSSO" di Altamura e POLITECNICO di Bari.

GRI 404-1

		2022	2023	2024
[GRI 404-1] Ore di formazione erogate	**h.**	**4.825**	**5.499**	**5.853**
Per genere				
Uomini	h.	4.789	5.459	5.499
Donne	h.	36	40	354
Per categoria professionale e genere		4.825	5.499	5.853
Dirigenti	**h.**	**20**	**67**	**67**
Uomini	h.	20	67	67
Donne	h.	-	-	-
Quadri	**h.**	**-**	**-**	**-**
Uomini	h.	-	-	-
Donne	h.	-	-	-
Impiegati	**h.**	**131**	**263**	**310**
Uomini	h.	95	175	216
Donne	h.	36	88	96
Operai	**h.**	**4.674**	**5.169**	**5.476**
Uomini	h.	4.674	5.066	5.217
Donne	h.	0	103	259

GRI 404-1

		2022	2023	2024
[GRI 404-1] Totale ore di formazione erogate per tipologia / ambito	**h.**	**4.825**	**5.499**	**5.853**
Totale ore di formazione su Salute e sulla Sicurezza		406	726	673
Totale ore di formazione Tipologia 1 (Soft skill / formazione manageriale)	h.	640	0	0
Totale ore di formazione Tipologia 2 (Normativa)	h.	551	16	185
Totale ore di formazione Tipologia 3 (Gestione rifiuti)	h.	8	14	20
Totale ore di formazione Tipologia 4 (Gestione ambientale)	h.	10	53	80
Totale ore di formazione Tipologia 5 (Buone pratiche igieniche)	h.	640	936	975
Totale ore di formazione Tipologia 6 (Tecnica)	**h.**	**2.570**	**3.754**	**3.920**
Tecnica di cui: Certificazioni BRC e IFS	h.	640	936	975
Tecnica di cui: HACCP e sicurezza alimentare	h.	640	936	975
Tecnica di cui: Pest control	h.	640	936	975
Tecnica di cui: Cross contaminazioni e allergeni	h.	640	936	975
Tecnica di cui: Metrologia	h.	10	10	20

Salute e sicurezza

GRI 403-1 | GRI 403-2 | GRI 403-3 | GRI 403-7 | GRI 403-8

Oropan si impegna a **promuovere e salvaguardare l'integrità fisica, etica e culturale di ciascun individuo, creando condizioni di lavoro che rispettino la dignità personale e offrendo ambienti di lavoro sicuri**. L'azienda è convinta che migliorare e sostenere il benessere sul luogo di lavoro sia fondamentale per stimolare e motivare l'impegno e la dedizione di tutti i collaboratori. Una popolazione aziendale qualificata e coinvolta rappresenta uno dei principali fattori per la creazione di valore condiviso e per la crescita sostenibile del business nel lungo periodo.

I processi utilizzati per l'individuazione dei pericoli includono l'identificazione delle leggi e delle norme applicabili alle strutture, alle macchine, alle attrezzature e alle attività di Oropan, nonché l'analisi degli incidenti e delle segnalazioni di situazioni a rischio (near miss) e delle relative cause.

Dal 2020, Oropan, riconoscendo l'importanza di monitorare e gestire in maniera scrupolosa le pratiche comportamentali, **ha avviato un percorso finalizzato a riformare e innovare integralmente il servizio di prevenzione e protezione dai rischi** (SPP) **e di rinnovare il sistema di gestione della sicurezza** dei lavoratori per adeguarlo alla **certificazione ISO 45001** conseguita[4].

Nel 2024, in Oropan ci siano state 3 denunce di infortunio per un rapporto pari ad 1 infortunio ogni 71 occupati. Tali infortuni non hanno avuto esiti riferibili ad inabilità permanenti.

4 L'ISO 45001 "Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro" è una norma internazionale che specifica i requisiti per l'implementazione di un Sistema di Gestione per la Salute e la Sicurezza sui luoghi di lavoro, permettendo ad ogni organizzazione di migliorare proattivamente le sue prestazioni in termini di prevenzione degli infortuni.

Oropan si impegna a promuovere e salvaguardare l'integrità fisica, etica e culturale di ciascun individuo, creando condizioni di lavoro che rispettino la dignità personale e offrendo ambienti di lavoro sicuri.

Nel settore della produzione di prodotti da forno e farinacei, si registrano ogni anno circa 3.000 denunce di infortuni su un totale di 17.519 lavoratori, corrispondenti a una media di un infortunio ogni 6 dipendenti. Applicando questa proporzione ai 180 dipendenti di Oropan, ci si aspetterebbe una media di 25-30 denunce annue.

Tuttavia, l'analisi degli infortuni aziendali mostra che il numero di denunce annuali non ha mai superato le cinque, senza che nessun caso abbia comportato inabilità permanente, indicando una bassa gravità degli incidenti.

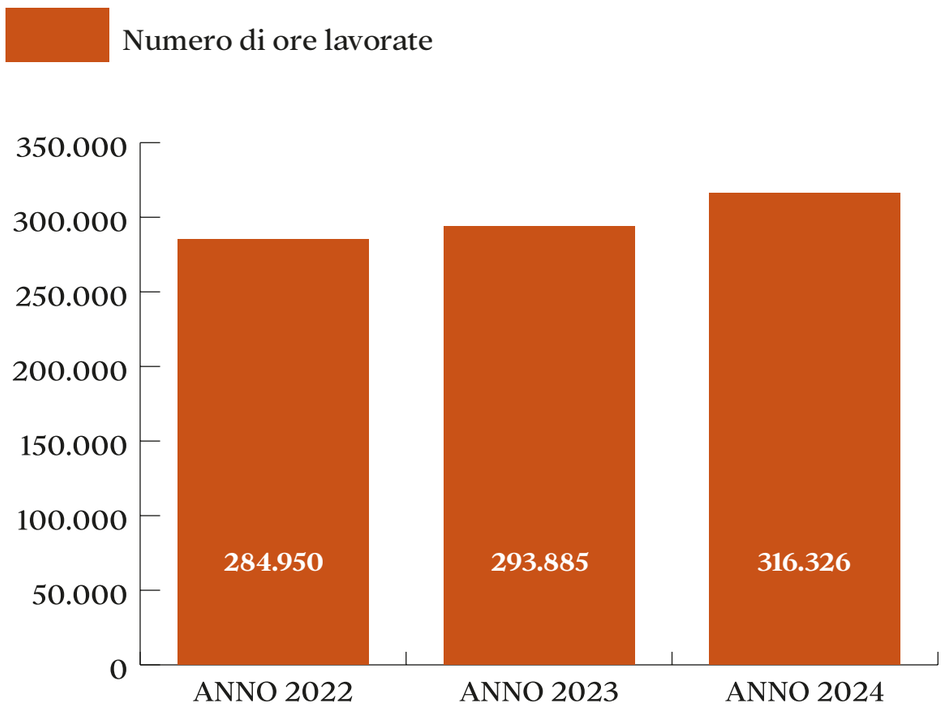
Questi dati testimoniano un risultato nettamente superiore alla media nazionale, confermando l'efficacia delle politiche di sicurezza e salute sul lavoro adottate da Oropan. Nonostante le ore lavorate siano 17 volte superiori rispetto alla media nazionale, gli infortuni registrati risultano sei volte inferiori rispetto al tasso medio nazionale, come evidenziato dai dati INAIL relativi al triennio 2021-2023.

GRI 403-9

	2022	2023	2024
[GRI 403-9] Numero totale di infortuni	**4**	**3**	**3**
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro (escludendo i decessi e i gravi)	4	3	3
Numero totale di infortuni sul lavoro in itinere (per raggiungere o ritornare dalla sede di lavoro) solo se organizzato dal datore di lavoro	0	0	0

	2022	2023	2024
[GRI 403-9] Numero di ore lavorate	**284.950**	**293.885**	**316.326**

[GRI 403-9] Tasso di infortuni	2022	2023	2024
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	**0**	**0**	**0**
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	14,04	10,21	9,48



LA CATENA DI FORNITURA

GRI 2-6

Oropan ha sempre attribuito grande valore alle **materie prime** utilizzate nel proprio processo produttivo, trattandole con rispetto e dedizione, considerandole come un **elemento fondamentale per raggiungere l'eccellenza nella sua offerta di prodotti sul mercato**.

Il **coinvolgimento e la collaborazione costante con i fornitori** sono pratiche quotidiane per l'Azienda, che considera essenziale l'organizzazione di controlli periodici sui prodotti e il monitoraggio dell'intera filiera.

La promozione di una filiera di qualità

GRI 308-1

Per Oropan, l'impegno verso la **sostenibilità integrata** è parte fondante della propria strategia aziendale. In particolare, l'Azienda investe costantemente in attività di ricerca e selezione di materie prime di altissima qualità, assicurando che ogni scelta sia guidata da linee guida tecniche rigorose, volte a garantire **standard elevati in termini di salubrità, qualità e igiene**, nel pieno rispetto della **salvaguardia ambientale** e della salute dei consumatori.

Oropan ha strutturato una **catena di fornitura responsabile** che rispecchia i valori aziendali fondati su **principi di integrità, legalità e responsabilità sociale**. Tutti i fornitori sono tenuti a conoscere e rispettare le "Condizioni Generali d'Acquisto" dell'Azienda, accettando il **Codice Etico**, il **Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001**, e aderendo ai **principi delle certificazioni SA 8000:2014 (responsabilità sociale)** e **ISO 37001:2016 (anticorruzione)**. La trasparenza è garantita attraverso la pubblicazione di tali documenti e policy sul sito aziendale, accessibili a tutte le parti interessate.

Con l'obiettivo di integrare i criteri ESG nella propria catena del valore, Oropan ha rafforzato negli ultimi anni il sistema di **valutazione e monitoraggio dei fornitori**. L'Ufficio Assicurazione Qualità, HACCP e Compliance è incaricato di verificare non solo gli standard qualitativi, ma anche la **conformità a norme socioeconomiche e ambientali**, in linea con le certificazioni riconosciute a livello internazionale, tra cui gli standard GFSI.

Attraverso un approccio **basato sul rischio**, i fornitori vengono classificati in base all'impatto potenziale sul prodotto/servizio e sulla continuità del processo produttivo. Ciò consente l'adozione di misure di mitigazione efficaci e una selezione orientata verso partner a **basso impatto ambientale e sociale**.

Nell'ambito della sua responsabilità sociale d'impresa (CSR), Oropan promuove la **valorizzazione della filiera locale**, collaborando con circa 400 fornitori italiani, in gran parte situati in Puglia, favorendo così lo **sviluppo economico delle comunità locali** e l'utilizzo di materie prime autoctone.

In ottica ambientale, pur non avendo ancora formalizzato una politica ESG completa per i fornitori, l'azienda ha avviato nel 2024 un processo di **valutazione ambientale** che coinvolge alcuni fornitori ritenuti primari, includendo tra i criteri di selezione la presenza di **certificazioni ambientali e sociali**, l'efficienza dei processi produttivi e visite in loco.

Con il supporto di una società specializzata in rating e score, Oropan ha avviato l'introduzione di **questionari di sostenibilità** per i fornitori strategici, al fine di assegnare uno **score ESG riconosciuto a livello internazionale**, migliorando la consapevolezza degli stakeholder sulla sostenibilità e integrando tali valutazioni nella scelta dei futuri partner commerciali.

Dal 2022, è stato inoltre attivato un processo sistemico per garantire la **gestione etica della supply chain** e il rispetto delle condizioni di lavoro secondo i parametri della norma SA8000:2014. Attualmente, circa il 75% dei fornitori è sottoposto a **valutazioni basate su criteri sociali**, dimostrando l'impegno dell'Azienda verso una filiera sempre più equa e trasparente.

Uno degli obiettivi chiave del **Piano Strategico di Sostenibilità** di Oropan è il continuo miglioramento del **sistema di monitoraggio e qualifica dei fornitori**, secondo i principi del **procurement sostenibile**, della **tracciabilità delle materie prime** e del rispetto dei criteri ESG.

L'IMPEGNO PER I CLIENTI E PER IL TERRITORIO

I clienti e i consumatori

GRI 2-6

In Oropan, i clienti sono considerati partner strategici nel percorso di crescita e successo dell'azienda, in particolare modo quelli afferenti ai canali trade (GDO e DO) e Ho.Re.Ca. Questa visione si traduce in un approccio orientato alla massima qualità del servizio, con l'obiettivo di soddisfare in modo puntuale e personalizzato le esigenze di ciascun interlocutore commerciale.

Per garantire standard elevati lungo l'intero ciclo di relazione – dalla ricezione dell'ordine al post-vendita – Oropan presidia ogni area strategica di business con personale qualificato e costantemente formato, in grado di cogliere le peculiarità delle diverse categorie merceologiche. Questo presidio operativo si traduce in un valore aggiunto in termini di customer care e supporto proattivo.

È stato implementato un sistema avanzato di gestione degli ordini e delle vendite che consente il monitoraggio quotidiano delle performance commerciali per singolo prodotto e punto vendita. Tale sistema permette di:

- prevenire le rotture di stock,
- analizzare l'andamento degli ordini,
- supportare il cliente nella pianificazione degli acquisti,
- garantire un'assistenza continuativa e tempestiva.

Il modello di relazione adottato da Oropan, fortemente **customer-oriented**, contribuisce a rafforzare il livello di engagement, aumentando la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela. In alcuni casi, i clienti vengono coinvolti anche nella fase di co-progettazione dei prodotti, in un'ottica di collaborazione attiva e ascolto delle reali esigenze del mercato.

Oropan pone grande attenzione anche alla relazione con il consumatore finale, promuovendo un'informazione trasparente, corretta e accessibile sui propri prodotti. I principi guida di questo approccio sono la **fiducia**, la **trasparenza** e la **responsabilità**.

In particolare, l'azienda utilizza i seguenti strumenti di comunicazione:

- **Etichettatura on pack** chiara e completa, con indicazione dei valori nutrizionali, modalità di conservazione, origine e caratteristiche delle materie prime, etichettatura ambientale e veridicità dei claim promozionali;

- **Sito web e canali social**, utilizzati per comunicare sia l'identità aziendale che l'offerta di prodotti, con particolare attenzione alla sostenibilità e alle **Certificazioni di Sistema e di Prodotto** ottenute da Oropan;
- **Canali diretti di contatto** (indirizzi e-mail su confezioni e sito web) che mettono in relazione consumatori e reparti aziendali competenti (Marketing e Controllo Qualità), garantendo risposte tempestive, complete e orientate alla soddisfazione del cliente;
- **Distribuzione di materiale informativo nei punti vendita**, dove possibile, per supportare la conoscenza consapevole del prodotto da parte del consumatore;
- **Attività di comunicazione multicanale** (spot pubblicitari e telepromozioni) volte a valorizzare le caratteristiche distinte dei prodotti e delle materie prime utilizzate.

GRI 417-2 GRI 417-3

Nel corso del 2024 non sono stati rilevati episodi di non conformità in materia di informazione dei servizi offerti.

Qualità e sicurezza alimentare

In funzione dell'obiettivo generale di miglioramento del livello qualitativo dei prodotti, l'azienda ha formalizzato una serie di **obiettivi realistici e misurabili**, che riguardano, in generale:

- miglioramento degli attuali standard di produttività, in termini di lavorazione e scarti;
- miglioramento del livello di soddisfazione dei Clienti, attraverso ascolto attivo del mercato target;
- fidelizzazione dei fornitori attraverso campagne di sensibilizzazione e condivisione di politica e obiettivi;
- minimizzazione dei rischi di contaminazione del prodotto;
- miglioramento del piano HACCP attraverso il registro delle non conformità;
- miglioramento della qualità organolettica e nutrizionale del prodotto per adeguarlo ai macrotrends di mercato.

Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità

GRI 413-1

Oropan riconosce il valore strategico del dialogo costruttivo con la comunità e si impegna a promuovere attivamente i principi della sostenibilità anche al di fuori del perimetro aziendale. L'interazione trasparente e continuativa con il territorio rappresenta per l'azienda un elemento fondante della propria responsabilità sociale d'impresa.

Consapevole degli impatti – attuali e potenziali – che le proprie attività possono generare sul contesto economico, sociale e culturale in cui opera, Oropan pone grande attenzione all'ascolto delle esigenze della comunità e alla costruzione di relazioni solide con gli stakeholder locali. Questa attenzione si traduce in iniziative concrete, orientate a generare valore condiviso, rafforzare il legame con il territorio e contribuire allo sviluppo sostenibile delle aree in cui è presente.

Nel corso del 2024, Oropan ha intensificato il proprio impegno sociale attraverso un ampio programma di attività che abbracciano ambiti artistici, culturali, sportivi e formativi, con particolare attenzione ai temi della sostenibilità ambientale e dell'inclusione sociale. Le principali iniziative realizzate si articolano lungo le seguenti direttrici:

- **Sostegno ad attività culturali e artistiche**, con il patrocinio di eventi e collaborazioni con realtà locali per la promozione della tradizione, della creatività e dell'identità territoriale;
- **Promozione dello sport come strumento educativo e di coesione sociale**, attraverso il supporto a squadre, associazioni sportive e manifestazioni agonistiche rivolte soprattutto alle fasce giovanili;
- **Collaborazioni con istituti scolastici e università** per la realizzazione di percorsi di sensibilizzazione sui temi ESG (Environmental, Social, Governance), favorendo l'educazione alla sostenibilità delle nuove generazioni;
- **Partecipazione attiva a progetti di inclusione sociale**, con particolare attenzione alle categorie fragili, promuovendo iniziative di supporto diretto e collaborazione con il Terzo Settore;
- **Campagne di sensibilizzazione rivolte ai consumatori**, con focus sulla corretta alimentazione, sul rispetto dell'ambiente e sull'importanza della tracciabilità e qualità dei prodotti.

Queste attività testimoniano l'impegno continuativo di Oropan nel contribuire al benessere della comunità locale, in coerenza con la propria missione aziendale e i valori di responsabilità, integrità e sviluppo sostenibile.

Attenzione agli sprechi

L'Azienda pone grande importanza alla gestione accurata delle eventuali eccedenze di prodotto al fine di **contrastare lo spreco alimentare**, sostiene **associazioni che forniscono prodotti alimentari a persone in difficoltà**. In tal senso, quotidianamente l'Azienda destina gratuitamente il prodotto in eccesso agli indigenti: nel corso del 2024 la società ha destinato gratuitamente 51.818 porzioni di prodotto (da 50 gr) derivante da eccedenze di produzione, attraverso la fornitura ad enti caritatevoli del territorio limitrofo .

Un pianoforte per strada

Il 2024 di Oropan, è iniziato all'insegna della solidarietà, al fianco dell'evento di **FPS – Arte e Cultura**, "Un Pianoforte per Strada", iniziativa sociale di assoluto valore, al fianco del Viceministro della Giustizia on. Francesco Paolo Sisto, per un giorno nelle vesti di pianista, che nella centralissima via Argiro, a Bari, ha dato vita ad una 12 ore di musica arte e beneficenza. È stata anche un momento di condivisione dei valori legati, al pane, in cui Oropan ha donato il suo pane ad In. Con. Tra, un'associazione di volontari impegnata in azioni per contrastare la povertà, aiutando coloro che vivono in condizioni di difficoltà ed emarginazione, senza distinzione di razza, ceto e credo.

Oropan a sostegno dell'arte e della cultura

Un luglio all'insegna del sostegno alla cultura. Infatti, Oropan ha sostenuto, un'altra importante iniziativa anche di incoming sul territorio pugliese, in concomitanza con il G7 organizzato, presso Borgo Egnazia. Oropan è stata tra i principali sponsor del progetto della Fondazione San Domenico per trasformare un'ex marmeria di Fasano in un centro d'arte contemporanea. Questo progetto innovativo ha saputo fondere sapientemente la tradizione industriale con la visione artistica, creando uno spazio unico nel cuore della Puglia, dimostrando l'impegno di Oropan verso l'eccellenza alimentare e la promozione culturale del territorio.

Oropan al Food summit Puglia

Rinnovando la sua adesione al Food Summit Puglia, Oropan, nel mese di settembre, ha voluto dare valore al territorio, che ha ospitato questo importante momento di confronto tra industria, istituzioni e retail, per poter comprendere come collaborare in futuro e sfruttare appieno il potenziale dei prodotti territoriali italiani, garantendo così una crescita sostenibile e competitiva nel contesto internazionale. Evento di spicco sul territorio pugliese, la partecipazione dell'azienda è stata pretesto per parlare ancora una volta di sostenibilità applicata ad un prodotto come il pane e presentare il Pane Fresco Forte da filiera sostenibile certificata.

Oropan festeggia la Giornata Mondiale dell'alimentazione e del pane

In occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione e della Giornata Mondiale del pane, un grande quantitativo di Pane Fresco Forte di Semola rimacinata di grano duro 100% Puglia da Filiera Sostenibile Certificata ISCC Plus è stato distribuito negli Aeroporti di Puglia.

I passeggeri in partenza dagli aeroporti di Bari e Brindisi hanno così potuto portare con sé questo omaggio, da gustare e condividere nei luoghi meta del loro viaggio: da Bologna a Venezia, Bergamo passando all'estero Vienna, Londra, Budapest, Monaco, Barcellona e Zurigo. Molteplici le finalità che tale iniziativa ha voluto perseguire a partire dal voler far scoprire ai viaggiatori uno dei prodotti più ricchi di significati e valenze culturali del nostro Made in Puglia. Ogni forma di pane racconta la storia di un territorio e di un'arte contadina dell'Alta Murgia tramandata da generazioni. Non è solo un prodotto, ma l'emblema della tradizione che può diventare un potente strumento di narrazione e connessione tra i popoli e le comunità.

All'interno di tale iniziativa, l'Azienda non ha voluto far mancare il suo supporto ai meno abbienti. Infatti, a conclusione della giornata, ha devoluto un quantitativo di pane all'associazione di volontariato IN.CON.TRA.

Oropan per il territorio

Trani festival del Cinema e del Mare è un progetto di educazione all'ambiente nelle scuole che attraverso il cinema diffonde la consapevolezza che l'ecologia, il rispetto della natura e la conoscenza delle sue dinamiche siano una parte fondamentale del bagaglio culturale con cui le generazioni future affronteranno le sfide globali che li attendono, premessa a un nuovo principio di cittadinanza.

Aprile è il mese di **Federicus**; che per Oropan significa amore per il territorio, sentirsi parte integrante di una comunità. L'essere al fianco, come sponsor dell'evento Federicus: più di un evento, è un'esperienza immersiva nel passato glorioso della nostra città, in omaggio a Federico II di Svevia.

Nel mese di giugno, Oropan ha affiancato **l'associazione Unipancreas** in occasione dell'evento Charity organizzato dalla maison Via della Spiga. L'iniziativa finalizzata alla raccolta fondi per la prevenzione e la cura delle malattie pancreatiche, è un vero e proprio catalizzatore per la consapevolezza sulla salute del pancreas. L'evento si è prefissato l'obiettivo di creare una comunità informata e proattiva e dimostra che la prevenzione non è solo una questione medica, ma un vero e proprio movimento culturale.

Per il secondo anno consecutivo, Oropan ha deciso di essere main sponsor del **Festival Il Libro Possibile 2024**, portando i valori dell'eccellenza pugliese nel panorama culturale internazionale. Dal 10 al 27 luglio, si sono alternati sui palchi di Polignano e Vieste numerose figure di spicco del mondo della cultura, dello spettacolo, della politica. Per noi, sostenere la cultura significa investire nel benessere e nello sviluppo della nostra comunità.

Nel mese di maggio, Oropan ha confermato la sua presenza alla 22^ edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione – **CIBUS di Parma.** L'azienda quest'anno ha presentato a tutti i buyers della Grande Distribuzione Organizzata il nuovo marchio FORTE, frutto dell'importante progetto di rebranding portato avanti dall'azienda, e la nuova linea di pani freschi di semola rimacinata di grano duro 100% puglia certificata ISCCPLUS. All'interno di uno stand totalmente rinnovato, progettato in chiave sostenibile, è stata realizzata una conferenza stampa di presentazione riservata a buyer della GDO, a giornalisti delle principali riviste trade, e giornalisti della stampa, intervenuti numerosi. Alla presentazione è intervenuto anche l'ente di certificazione DNV, che ha consegnato nelle mani dell'AD di Oropan Lucia Forte, il certificato ISCC PLUS. Durante questo importante momento di presentazione, tra i protagonisti anche il Resident Chef Creator di GialloZafferano Sebastian Fitarau, che ha realizzato un momento di showcooking con ricette realizzate con il pane Forte da filiera sostenibile certificata.

Museo del pane Vito Forte: il Museo del Pane di Vito Forte nasce per volontà del fondatore della Oropan S.p.A, il sig. Vito Forte, al fine di consacrare l'Antico Forno Forte quale luogo di "CONDIVISIONE DEL SAPERE", circa la storia del pane di Altamura, e del legame che li unisce. Il Museo del Pane di Vito Forte rappresenta la prima esperienza museale legata al Pane e, dal 2019, è inserito all'interno di Museimpresa, fondata a Milano per iniziativa di Assolombarda e Confindustria. Il Museo del Pane ha visto registrare un traffico di circa 3700 VISITATORI, di cui visitatori stranieri (15%) e scuole (20%). Si è altresì registrata una importante crescita del numero di gruppi di visitatori italiani, legata al turismo industriale e al turismo enogastronomico. Tale dato è da ritenersi di assoluto rilievo, anche alla luce della ripartenza e della gestione delle aperture del Museo, quasi esclusivamente su prenotazione. All'interno del Museo, vengono anche organizzate dei Laboratori, tenuti da Mastri Panificatori, a cui il visitatore può prenotarsi per poter realizzare con le proprie mani il Pane di Altamura. Inoltre, altro elemento utilizzato in chiave comunicativa sono le degustazioni di prodotto, effettuate nell'adiacente Shop Del Museo del Pane di Vito Forte, in grado di attrarre interesse verso i prodotti Oropan, lontano dagli scaffali del supermercato, e proporre gli stessi prodotti, nell'ambito di una situazione immersiva.

Seminario annuale di musei d'impresa. Progetto gran tour dei musei d'impresa
Il 30 settembre, presso Oropan e il Museo del Pane di Vito Forte, è stata svolta una giornata di condivisione che ha visto riuniti rappresentanti di oltre 80 musei e archivi d'Italia, provenienti da oltre 50 aziende simbolo del Made in Italy. Il seminario annuale di Museimpresa è stato l'occasione per presentare il progetto Gran Tour dei Musei d'Impresa, nato in occasione dell'evento "SAPERI D'IMPRESA" organizzato da Oropan nell'ottobre 2022, all'interno della Settimana della Cultura d'Impresa e che ha visto la collaborazione oltre al nostro Museo del Pane Forte, il Museo di Amaro Lucano Essenza Lucano, il Museo Della Liquirizia AMARELLI e la Confetteria e Museo Mucci Giovanni. La volontà di una tale giornata è stata quella di consolidare la posizione di Museimpresa nel mercato del turismo industriale, attraverso una strategia comune e azioni promozionali congiunte. Il Museo del Pane di Vito Forte è stato così tra i promotori di tale iniziativa. Il nostro obiettivo, come Oropan, è stato fin da subito chiaro: valorizzare il nostro patrimonio storico-documentale e promuovere il turismo industriale nel Mezzogiorno. Per tale motivo la volontà che da subito ha animato i 4 musei d'impresa è stata quella di essere generatori di una sinergia di territorio e per il territorio: questi luoghi di richiamo costituiscono infatti autentiche testimonianze del patrimonio e dell'ingegno non solo di un'impresa, ma anche di un territorio e della sua gente. La visita presso il Museo del Pane di Vito Forte di tutti gli esponenti dei musei di impresa, intervenuti ad Altamura, è stata simbolicamente il battesimo di questa intuizione e volontà di dare sempre più lustro ad Altamura, quale "Città del Pane". L'incontro tra impresa e cultura è diventato, così, il cuore pulsante di questo seminario. Le storie dietro il fare impresa attraverso la cultura hanno trovato una voce significativa nel racconto dei Musei d'Impresa, che rappresentano autentici 'luoghi dell'anima' e centri culturali vitali per la comunità.

Oropan presente al 1° Forum Ambrosetti in Puglia: Nel mese di Luglio Oropan ha partecipato all'importante e prestigioso 1° Forum Ambrosetti in Puglia, incontro in cui esperti e imprenditori hanno esplorato strategie innovative per espandere il Made in Italy. È stata un'occasione per Oropan di poter presentare la strategia di "innovare ascoltando": dalle ricerche di mercato nascono prodotti che coniugano praticità, salute e gusto. Oropan ha evidenziato che è possibile espandersi mantenendo salde le radici nel territorio.

CAPITOLO 5

Informativa di governance

GRI 3-3

Il presente capitolo riporta le responsabilità degli organi di governance, i meccanismi atti a garantire la trasparenza e l'accountability, la gestione dei rischi, la tutela dei diritti degli azionisti e di tutti gli stakeholder, oltre alla promozione di pratiche etiche e di integrità.

La governance aziendale rappresenta un elemento fondamentale a garanzia della legittimità delle decisioni e delle azioni legate all'acquisizione e allocazione delle risorse, alla loro gestione e al raggiungimento dei risultati. Nell'ambito dell'analisi di doppia materialità, sono state prese in considerazione tematiche di governance fondamentali, quali l'etica e l'integrità del business, la lotta alla corruzione, la compliance normativa e la gestione dei rischi, elementi essenziali per garantire trasparenza e accountability.

LA GOVERNANCE DI OROPAN

GRI 2-1 GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-12 GRI 2-18 GRI 2-19

Oropan è una S.p.A. le cui quote azionarie sono detenute per il **90% da Oropan International S.A.R.L. e per il restante 10% dal fondatore Vito Forte.**

Il modello di corporate governance a cui Oropan aderisce prevede una **struttura organizzativa verticistica** di tipo "tradizionale" e risponde all'esigenza di integrare il più possibile il principio di creazione di valore per tutti i portatori di interesse dell'Azienda con l'obiettivo di perseguire la redditività e il soddisfacimento del cliente, dei dipendenti, degli azionisti, e dei fornitori.

Il sistema di governance, conseguentemente, prevede la presenza di un **Consiglio di Amministrazione** (con funzioni amministrative) e di un **Collegio Sindacale** (con funzioni di vigilanza), entrambi nominati dall'Assemblea degli Azionisti.

Il suddetto sistema è basato su principi e procedure codificate, volti a garantire la massima **trasparenza e correttezza nella gestione dell'impresa** nei confronti di tutti gli stakeholder. La revisione legale dei conti è affidata ad una società di revisione esterna.

Gli organi di governance

GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-11 GRI 2-13 GRI 2-14 GRI 2-17 GRI 2-26

La governance di Oropan si struttura in particolare in: Consiglio di Amministrazione, Comitato di Sostenibilità e rischi, Collegio Sindacale, Società di revisione e Organo di vigilanza collegiale.

Il Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di amministrazione è responsabile della gestione ordinaria e straordinaria e riveste un ruolo cruciale nel sistema di governo societario, deliberando in merito alle operazioni con un significativo rilievo strategico, economico-finanziario, nonché di sostenibilità, e compiendo tutti gli atti ritenuti idonei e opportuni per il perseguimento dell'oggetto sociale. **Il Consiglio si compone di cinque membri,** di cui un Presidente, con deleghe in ambito di ricerca e sviluppo, privacy e rappresentanza legale, un Amministratore Delegato, un Vicepresidente con deleghe in ambito Sales e due Consiglieri. In particolare:

- *Vito Forte*, nel ruolo di Presidente, con deleghe in ambito Ricerca e sviluppo e Privacy, rappresentanza legale verso terzi;
- *Lucia Forte*, già direttore amministrativo, finanza e controllo di Gestione, direttore Marketing, direttore del personale e rappresentante della Direzione per il Sistema Qualità, nel ruolo apicale di A.D. con tutte le deleghe connesse alle suddette funzioni. Tra queste si evidenziano in particolare il presidio di progetti e processi ESG, e delle tematiche di Ambiente, salute e sicurezza sui luoghi di lavoro;
- *Francesco Forte*, nel ruolo di Vicepresidente con delega in ambito commerciale;
- *Daniele Forte*, Direttore tecnico;
- *Tommaso Mongelli*, consigliere e CFO dell'azienda;

GRI 405-1

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Numero totale di individui all'interno del CdA	**N.**	**5**	**5**	**5**
Uomini	N.	4	4	4
	%	80%	80%	80%
Donne	N.	1	1	1
	%	20%	20%	20%
< 30 anni	N.	-	-	-
	%	-	-	-
30-50 anni	N.	1	1	1
	%	20%	20%	20%
Di cui uomini	N.	1	1	1
	%	100%	100%	100%
Di cui donne	N.	-	-	-
	%	-	-	-
> 50 anni	N.	4	4	4
	%	80%	80%	80%
Di cui uomini	N.	3	3	3
	%	75%	75%	75%
Di cui donne	N.	1	1	1
	%	25%	25%	25%

I meccanismi di nomina e sostituzione del Consiglio di amministrazione sono contenuti nello Statuto. **Gli amministratori possono ricoprire la carica fino a tre esercizi sociali e sono rieleggibili**. Il Consiglio di amministrazione ha i più ampi poteri, con liceità di compiere tutti gli atti ritenuti necessari per il conseguimento degli scopi sociali, esclusi solo quelli che, per legge o da disposizioni statutarie, sono riservati alla competenza dell'Assemblea dei Soci.

Per quanto riguarda le tematiche di sostenibilità, **il Consiglio di amministrazione viene periodicamente aggiornato dal Comitato Sostenibilità e Rischi in merito alle attività e ai progetti in corso**. Il Consiglio di Amministrazione svolge un ruolo chiave nell'approvazione dei risultati raggiunti nonché nel monitoraggio e controllo del corretto svolgimento delle attività previste nel Piano Strategico di Sostenibilità pluriennale approvato e dei relativi documenti, tra cui lo stesso Bilancio di Sostenibilità.

Nell'ambito della formazione continua in materia di sostenibilità e sviluppo delle competenze dei membri del CdA, è previsto che questi partecipino a sessioni formative due volte l'anno. Nel corso del 2024 tali formazioni hanno trattato, in particolare, i processi di reporting e l'analisi di doppia materialità. Anche gli stessi membri del Comitato sostenibilità e rischi seguono un piano formativo strutturato che al momento ha trattato i seguenti argomenti:

1. **Governance e rischi nel perseguimento del successo sostenibile**;
2. **Rendicontazione di sostenibilità** aderire ai nuovi standard e gap Analisys fra GRI e CSRD;
3. **L'analisi di doppia materialità;**
4. **La Tassonomia.**

La valutazione delle performance del Consiglio di amministrazione, non formalizzata in documenti specifici, avviene tramite indicatori economici, patrimoniali, finanziari, qualitativi, di efficienza, indicatori di sicurezza e confronto con benchmark. Inoltre, il lavoro svolto dal Consiglio di amministrazione e dal Comitato Sostenibilità e Rischi viene **valutato periodicamente in base al raggiungimento degli obiettivi ESG inclusi nel Piano Strategico di Sostenibilità**, redatto nel 2022, e al corrispon-

dente Piano di Azioni che è sottoposto a costante aggiornamento e sviluppo.

Al momento, Oropan non dispone di una normativa specifica sulla remunerazione del Consiglio di amministrazione. Eventuali compensi variabili vengono stabiliti dall'Assemblea dei Soci al termine dell'esercizio, in caso di miglioramento dei risultati di bilancio rispetto all'anno precedente. Non sono previsti benefit pensionistici per i membri del CdA.

La scadenza di tutte le cariche del Consiglio di amministrazione è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2025.

Nel corso dell'esercizio 2024 il Consiglio di amministrazione si è riunito n. 6 volte e la partecipazione dei Consiglieri alle riunioni è stata pari al 100%.

Comitato di Sostenibilità e rischi

Oropan si è dotata nel 2023 di un Comitato Sostenibilità e Rischi (di seguito anche "il Comitato"), che accorpa in un unico organo aziendale gli aspetti relativi alle materie ESG e alla gestione del rischio. Il Comitato ha tra i suoi obiettivi quello di rafforzare il coordinamento, l'interazione e la trasparenza tra il Consiglio di Amministrazione e le Funzioni aziendali, in particolare quelle di compliance e di controllo, sui temi ESG e rischi e assicurare valore sostenibile a lungo termine per stakeholder e successo aziendale.

Il Comitato supporta il Consiglio di Amministrazione nella definizione della strategia di sostenibilità della Società nonché nel suo continuo aggiornamento con l'obiettivo di assicurare la creazione di valore sostenibile nel tempo per tutti gli stakeholders e nella prospettiva del successo sostenibile.

In particolare, il Comitato Sostenibilità e Rischi:

- **sviluppa, implementa e verifica l'attuazione delle policy in ambito ESG** nell'ambito delle attività di impresa e delle relazioni con i principali stakeholder;
- **predispone il Piano Strategico e le sue successive revisioni da sottoporre al CdA**., al fine di integrare la sostenibilità in tutti i processi di business;
- predispone la **proposta di Budget per ciascuna iniziativa** inclusa nel Piano da presentare al Consiglio di Amministrazione;
- **assiste** il Consiglio di Amministrazione **nell'esame, nella valutazione e nell'approvazione** del **Bilancio di Sostenibilità**;
- **promuove le iniziative di formazione** e di diffusione della cultura della sostenibilità presso i dipendenti e i collaboratori, i partner commerciali, i clienti e, più in generale, gli stakeholders della Società;
- **gestisce e monitora le iniziative** in materia di sostenibilità previste nel Piano Strategico di Sostenibilità
- **coordina e supporta le attività** correlate all'analisi di materialità

Il Comitato è nominato dal Consiglio di Amministrazione che ne definisce i membri sulla base di capacità personali, capacità relazionali, comunicative, di organizzazione e coordinamento lavori, e di competenze professionali, come competenze nel settore di attività in cui opera la Società nonché in materia di governance e strategia, comunicazione, finanza, risorse umane, compliance, procedure, controlling, diritto, ambiente, innovazione ed organizzazione.

La durata in carica del comitato è triennale, con scadenza coincidente con la data dell'approvazione del Bilancio di Sostenibilità del terzo anno, quando il Consiglio di Amministrazione nominerà il nuovo Comitato. Attualmente il Comitato è composto da 5 membri quali l'Amministratore Delegato, il Compliance manager, il Marketing manager, il Direttore Progetti speciali e il Responsabile Amministrazione e finanza.

Altri comitati

Oltre al Comitato Sostenibilità e Rischi la Oropan nel corso degli anni ha deciso di inserire all'interno del suo organigramma dei comitati tematici, al fine di potersi strutturare e meglio seguire, implementare, monitorare ed evolvere gli schemi di certificazione, di cui l'azienda si è dotata. Con tale scelta, si è voluto anche affermare un principio di cultura aziendale condivisa e proattiva a tutti i livelli, avendo i comitati stessi natura e composizione interfunzionale.

Sono stati costituiti e sono pienamente funzionali i seguenti comitati:

- Team Sicurezza (SPP)
- Team Qualità
- RGA Ambiente ISO 14001
- FDC ISO 37001
- Comitato Parità di Genere
- Social Performance Team SA 8000

Il collegio sindacale

Al Collegio Sindacale spetta il compito di **vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi amministrativi contabili e sull'adeguatezza della struttura organizzativa** dell'Azienda e del sistema di controllo interno.

Il Collegio si compone di un Presidente, due Sindaci effettivi e due supplenti, dotati dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dalla legge.

Il collegio sindacale è composto da Antonio Maria La Scala (Presidente), Antonietta Lomurno (Sindaco), Tommaso Porziotto (Sindaco), Eleonora De Giorgi (Sindaca supplente), Giammaria Zilio (Sindaco supplente).

La scadenza del mandato è prevista per la data dell'Assemblea di approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica.

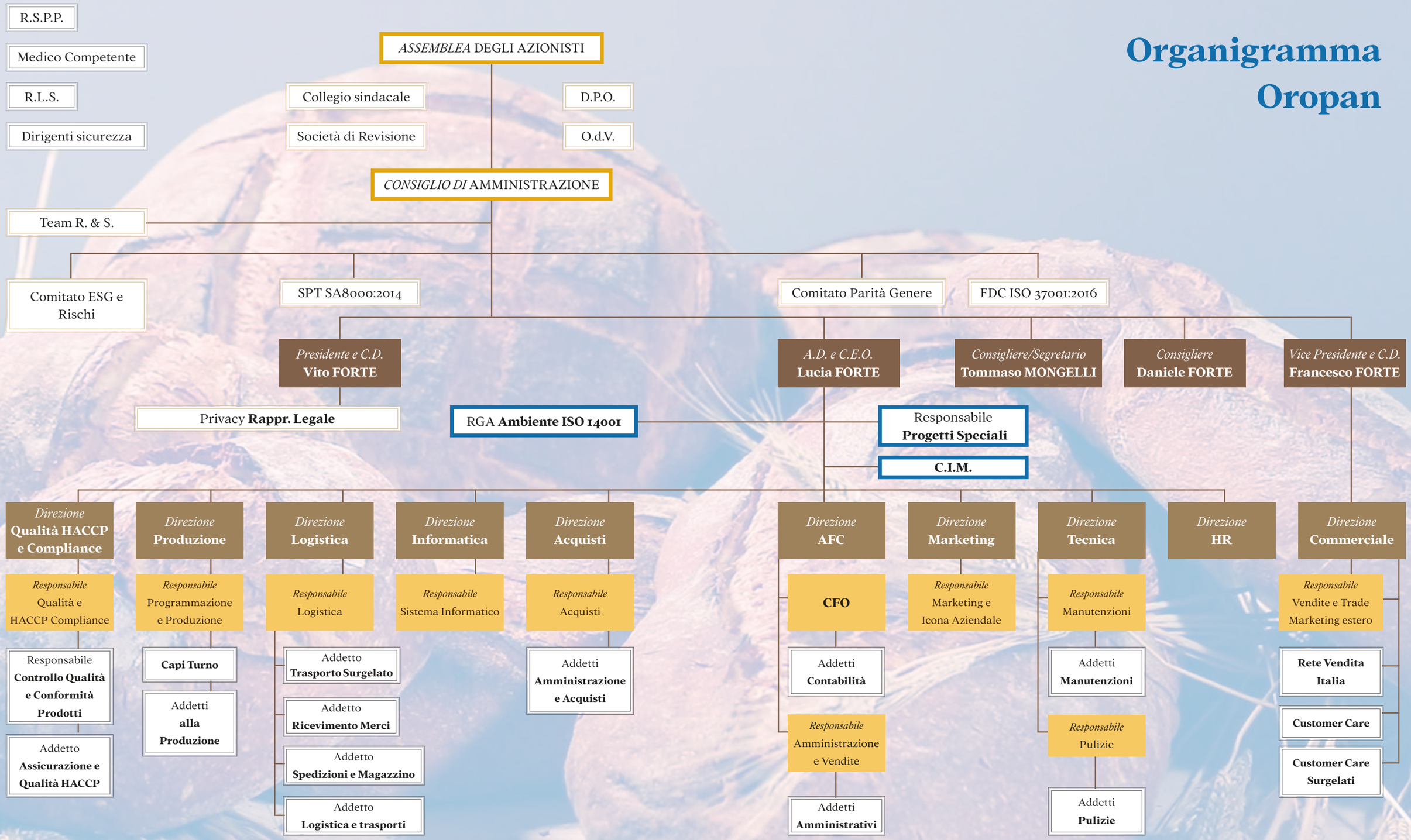
I Sindaci operano con autonomia e indipendenza, devono mantenere la massima riservatezza in ordine ai documenti ed alle informazioni acquisiti nello svolgimento del loro incarico e rispettare la procedura adottata per la comunicazione all'esterno di documenti e notizie riguardanti la Società.

Il Collegio Sindacale deve riunirsi almeno ogni novanta giorni. La scadenza del mandato del Collegio Sindacale è prevista con l'approvazione del Bilancio al 31-12-2025.

GRI 405-1

		2022	2023	2024
[GRI 405-1] Composizione del Collegio Sindacale	**N.**	**5**	**5**	**5**
Uomini	N.	3	3	3
	%	60%	60%	60%
Donne	N.	2	2	2
	%	40%	40%	40%
< 30 anni	N.	-	-	-
	%	-	-	-
30-50 anni	N.	1	2	1
	%	20%	40%	20%
Di cui uomini	N.	-	1	1
	%	-	50%	100%
Di cui donne	N.	1	1	-
	%	100%	50%	-
> 50 anni	N.	4	3	4
	%	80%	60%	80%
Di cui uomini	N.	3	2	2
	%	75%	66%	50%
Di cui donne	N.	1	1	2
	%	25%	33%	50%

Organigramma Oropan



La società di revisione

La revisione legale dei conti della Società è esercitata da una società di revisione legale, iscritta in apposito registro istituito dal D.Lgs. 39/10 e nominata dall'assemblea ai sensi della normativa applicabile, che effettua la revisione dei bilanci e verifica periodicamente la contabilità.

L'Assemblea dei Soci ha conferito l'incarico per la revisione legale dei conti del bilancio d'esercizio alla società DELOITTE & TOUCHE con sede in via Tortona 25 a Milano. La scadenza del mandato coincide con l'approvazione del Bilancio di esercizio al 31-12-2025.

L'organo di vigilanza collegiale

Nel quadro dell'impegno costante di Oropan per garantire legalità, trasparenza e integrità nelle proprie attività, l'**Organismo di Vigilanza (OdV)** svolge un ruolo centrale nel presidio dei principi etici e normativi adottati dall'azienda.

L'OdV è incaricato di vigilare sull'efficace attuazione del **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (MOGC)** e del **Codice Etico aziendale**, monitorando che le condotte aziendali siano coerenti con le normative vigenti e con i valori fondanti dell'impresa.

Dotato di **autonomi poteri di iniziativa e controllo**, l'OdV è nominato dal Consiglio di Amministrazione e agisce in piena autonomia, con le seguenti principali responsabilità:

- **Vigilanza e controllo** sul rispetto delle disposizioni del MOGC e del Codice Etico;
- **Verifica della conformità** delle attività aziendali alla normativa applicabile;
- **Valutazione e gestione dei rischi** derivanti dai processi aziendali;
- **Proposta di aggiornamenti** e miglioramenti del MOGC e del Codice Etico, anche in funzione del flusso informativo interno;
- **Promozione della cultura della legalità**, tramite attività formative e informative rivolte a dipendenti e collaboratori.

In un'ottica di trasparenza e tutela, Oropan garantisce la possibilità per ciascun dipendente e collaboratore di **segnalare eventuali comportamenti non conformi** in modo sicuro e riservato. L'OdV si impegna a proteggere l'identità dei segnalanti, assicurando la gestione imparziale delle segnalazioni e la prevenzione di qualsiasi forma di ritorsione.

L'OdV di Oropan è composto da **tre membri**, che garantiscono competenza, indipendenza e visione integrata:

- **Presidente dell'OdV** – Professionista legale esterna;
- **Membro esterno** – Ingegnere elettronico con esperienza in sistemi organizzativi;
- **Membro interno** – Rappresentante del team Ricerca & Sviluppo aziendale.

L'Organismo opera in carica per un mandato triennale. L'attuale OdV è stato **confermato in data 29 dicembre 2022** dal Consiglio di amministrazione per ulteriori **tre esercizi**, confermando la volontà aziendale di consolidare la governance in ambito etico e di compliance.

GLI STRUMENTI PER LA GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

GRI 2-15 | GRI 2-16 | GRI 2-24 | GRI 2-26 | GRI 2-27

Per garantire il rispetto dei principi di legalità e correttezza, Oropan **ha adottato volontariamente sin dal 2018 un Codice Etico e un Modello Organizzativo e di Gestione** (MOGC) che rivestono un ruolo fondamentale nei rapporti tra l'Azienda e tutti i suoi stakeholder. Tali documenti vengono sottoposti ad aggiornamento periodico in base all'evoluzione normativa e gestionale al fine di renderli coerenti, adeguati ed evoluti.

Il Codice Etico di Oropan definisce **valori e principi base dell'operato aziendale** e costituisce una guida di riferimento per il comportamento di quanti collaborano, a vario titolo, nel raggiungimento degli obiettivi e nello svolgimento delle attività quotidiane dell'Azienda. Oropan ha ritenuto necessaria l'adozione di un proprio Codice Etico di comportamento che **definisca chiaramente i principi che i propri Soci, Amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori, clienti e fornitori devono rispettare**. Per assicurare che tutti i dipendenti fossero adeguatamente formati a tal riguardo, nel 2024, sono state organizzate due sessioni formative, di cui una rivolta agli impiegati e l'altra agli operai. La violazione del Codice Etico ad opera di lavoratori dipendenti della Società costituisce inadempimento alle obbligazioni derivanti dal rapporto di lavoro e dà luogo all'applicazione delle sanzioni disciplinari. Il Modello di Organizzazione e Gestione, redatto ai sensi e per gli effetti del Decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231, in materia di responsabilità amministrativa degli enti, è volto a identificare e prevenire la commissione di alcuni reati. L'adozione del Modello, così come i suoi successivi aggiornamenti, sono frutto di un **percorso di risk assessment** che ha garantito l'individuazione di regole interne e di protocolli in riferimento alle principali aree di potenziale rischio e la conseguente definizione di standard di comportamento.

A supporto dell'attuazione delle varie policy aziendali, e per il rispetto dei diversi sistemi di gestione e certificazione cui l'azienda aderisce, Oropan si è dotata di una serie di organigrammi delle competenze che, a partire dal CdA che approva le suddette Policy e indirizza l'azienda ai sistemi di gestione, definiscono i ruoli e compiti nelle diverse funzioni aziendali. A seconda poi delle necessità, Oropan agisce tramite attività dedicate come ad esempio formazioni e survey, al fine di comunicare e integrare gli impegni presi nella normale attività di business.

Il sistema di controllo

L'efficacia delle politiche e delle procedure aziendali, in materia di etica ed integrità di business, viene costantemente verificata da diversi organismi, quali: i Responsabili di funzione, il Consiglio di amministrazione, il Collegio Sindacale, la società di revisione, enti di certificazione accreditati secondo gli standard ISO internazionali, clienti, autorità di controllo e l'Organismo di Vigilanza.

Data Protection Officer (DPO)

GRI 418-1

Nel pieno rispetto dei principi di responsabilità, trasparenza e protezione dei diritti individuali, Oropan Spa adotta un sistema di gestione della privacy conforme ai più elevati standard normativi in materia di protezione dei dati personali.

A partire dal 2020, l'Azienda ha implementato una procedura interna strutturata di gestione della privacy, finalizzata ad assicurare la piena conformità al Regolamento Europeo 679/2016 (GDPR) e alla normativa italiana di recepimento (D.Lgs. 101/2018, che modifica il D.Lgs. 196/2003 – Codice in materia di protezione dei dati personali).

Nel corso del 2024, Oropan non ha registrato alcun reclamo relativo a violazioni della privacy da parte di clienti, utenti o stakeholder, né si sono verificate perdite, furti o compromissioni di dati personali, a conferma dell'efficacia delle misure tecniche e organizzative adottate.

Per rafforzare il presidio in materia di data protection, Oropan si avvale della consulenza di un Data Protection Officer (DPO) esterno, selezionato per le sue competenze specialistiche in ambito normativo, informatico, risk management e analisi dei processi.

Ai sensi dell'articolo 39, par. 1 del GDPR, il DPO opera in condizioni di piena autonomia e indipendenza, con i seguenti compiti principali:

- vigilare sull'osservanza del Regolamento e delle policy aziendali in materia di protezione dei dati;
- supportare il titolare del trattamento nella valutazione d'impatto sui trattamenti a rischio;
- raccogliere e aggiornare le informazioni sui trattamenti effettuati;
- cooperare con l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali;
- fungere da punto di contatto per gli interessati e per l'autorità di controllo su tutte le questioni relative alla protezione dei dati.

Questa governance rafforzata in materia di privacy riflette l'impegno di Oropan verso una gestione responsabile delle informazioni, elemento sempre più centrale nella creazione di fiducia da parte di clienti, partner e consumatori.

Salute e sicurezza del lavoro

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori rappresenta per Oropan una priorità assoluta e un pilastro fondamentale della propria responsabilità sociale d'impresa. Tutte le attività aziendali si fondano su un approccio sistemico e condiviso alla gestione della sicurezza, che coinvolge attivamente figure chiave quali il Datore di Lavoro, il Medico Competente, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e i preposti aziendali.

Per garantire un presidio efficace del tema, Oropan ha definito un organigramma della sicurezza chiaro e strutturato, che consente una governance coordinata dei ruoli e delle responsabilità. Il Medico Competente collabora nella valutazione dei rischi, nella redazione del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) e nella sorveglianza sanitaria, garantendo la comunicazione degli esiti alle autorità competenti. Il RSPP supporta l'Azienda nella gestione del sistema di prevenzione e nella definizione delle misure tecniche e organizzative. Il RLS, eletto dai lavoratori, rappresenta un punto di riferimento per la tutela quotidiana della sicurezza sul posto di lavoro.

Negli ultimi anni, Oropan ha investito nel consolidamento di un Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul Lavoro (SGSL) conforme ai più alti standard di riferimento, con l'obiettivo di prevenire infortuni e malattie professionali, tutelare il benessere fisico e psicologico dei lavoratori, migliorare le condizioni operative e promuovere una cultura aziendale basata sulla prevenzione e sulla consapevolezza.

Nel 2024, l'impegno dell'Azienda si è ulteriormente concretizzato attraverso:

- Certificazione ISO 45001:2018: ottenuta in modo volontario, questa certificazione evidenzia il forte orientamento alla leadership e alla partecipazione attiva dei lavoratori nei processi decisionali legati alla sicurezza.
- Percorsi formativi e addestrativi: mirati a sensibilizzare e responsabilizzare tutto il personale sull'uso corretto dei dispositivi di protezione individuale (DPI) e sulle buone pratiche di prevenzione.
- Flusso informativo continuo verso l'Organismo di Vigilanza (OdV): che consente un monitoraggio tempestivo di eventuali non conformità, near miss e opportunità di miglioramento, supportato da indicatori KPI di natura qualitativa e quantitativa.
- Verifiche periodiche: svolte sia internamente che da enti terzi di certificazione e vigilanza, a conferma dell'efficacia delle politiche e delle procedure adottate.

Nel corso dell'anno 2024 non sono state registrate segnalazioni di inadeguatezze nelle politiche e nelle procedure aziendali in materia di etica, integrità e sicurezza sul lavoro. Questo dato conferma l'efficacia del sistema di prevenzione adottato e il costante impegno di Oropan nel garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e orientato al miglioramento continuo.

Un sistema di gestione solido ed aggiornato

L'Innovazione della cultura d'impresa in Oropan è importante generatore di vantaggio competitivo, da mantenere e sviluppare nel tempo attraverso 6 fattori:

1. **Modello di governance;**
2. **Formula strategica;**
3. **Modello organizzativo, gestionale ed operativo;**
4. **Obiettivi economici, finanziari, patrimoniali;**
5. **Strutturale**;
6. **Total Quality Management come conformità totale del Sistema impresa improntato ai valori definiti, all'Etica d'impresa e al modello organizzativo della Catena del Valore.**

L'Azienda opera da sempre nel segno della massima trasparenza, legalità e correttezza, impegnandosi a rispettare e far rispettare, tramite un sistema sanzionatorio specifico, gli standard più elevati di buona condotta in tutte le attività aziendali svolte.

È importante sottolineare che, a seguito della costante introduzione delle norme sui nuovi reati presupposto collegate al Decreto Legislativo n. 231/2001, Oropan, come evidenziato nei paragrafi precedenti, aggiorna il proprio modello con il coinvolgimento sia dei dipendenti che una società di consulenza specializzata. A valle di questo processo, viene altresì condotta un'approfondita analisi di valutazione dei rischi delle procedure aziendali al fine di verificare l'efficacia e l'adeguatezza del sistema e del MOGC.

Tale analisi e i continui aggiornamenti, hanno confermato l'adeguatezza delle procedure preesistenti a fronte dei nuovi reati presupposto introdotti nel D. Lgs. 231/01 con le normative Direttiva PIF D.Lgs. n. 75/2020 e D.L. n. 124/2019.

Nel 2024 non si sono verificati casi di non conformità a leggi e regolamenti.

Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni

GRI 2-16 GRI 2-25 GRI 2-26

Nel mese di Dicembre 2023, il Consiglio di amministrazione ha deliberato in merito all' adeguamento della Società a quanto previsto dal d.Lgs. 24 del 10/03/2023 cd "Whistleblowing", che permette ai dipendenti di segnalare o denunciare all'OdV condotte illecite, irregolarità o comportamenti scorretti da parte dei membri dell'Organizzazione stessa, del quale si venga a conoscenza in ragione del rapporto di lavoro, senza rischiare ritorsioni o discriminazioni. In particolare, sono state poste in essere le seguenti azioni:

1. **adozione di una piattaforma on line per la gestione delle segnalazioni;**
2. **formalizzazione di una procedura** che descrive le modalità operative **per la gestione delle segnalazioni** e delle risposte alle stesse;
3. **individuazione e nomina di un soggetto esterno** a cui è stata affidata la gestione operativa della piattaforma e delle risposte

Il Segnalante potrà **comunicare** violazioni di una qualsivoglia natura, sia essa un fatto o un atto omissivo, che possano integrare **illeciti anche solo potenzialmente contrari alle normative di legge e ai regolamenti interni della società**.

A seguito di quanto emerso e valutato dal Comitato incaricato, l'OdV provvederà tempestivamente ad un'analisi della segnalazione, ascoltando eventualmente il responsabile della presunta violazione e garantendo comunque un corretto utilizzo di tale strumento. Oltre al sistema di whistleblowing, Oropan ha ottenuto diverse certificazioni che prevedono, all'interno del loro protocollo, la possibilità da parte degli stakeholder di sporgere dei reclami di non conformità alle stesse. Tra queste si riportano a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- **BCR** (British Retail Consortium), standard globale che definisce i criteri di qualità, sicurezza e operatività per i produttori che forniscono prodotti alimentari a distributori nel Regno Unito.
- **IFS** (International Featured Standards), serie di standard di sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale, principalmente focalizzati sulla sicurezza e la qualità dei prodotti durante il processo di produzione;
- **SA8000**, standard internazionale per migliorare le condizioni di lavoro
- **UNI/PDR 125:2022**, standard nazionale che si concentra sulla gestione della parità di genere nelle organizzazioni.

Le eventuali criticità sottoposte all'azienda da parte degli stakeholder attraverso appositi canali vengono notificate periodicamente all'Amministratore Delegato, nonché C.E.O. dell'azienda Lucia Forte.

Responsabilità sociale d'impresa

La politica in materia di Etica ed integrità di business di Oropan è, di fatto, fondata sulla responsabilità sociale di impresa (R.S.I.) che è posta a garanzia dell'equilibrio tra il perseguimento degli obiettivi di carattere economico-imprenditoriale, e quelli di natura etica, sociale e ambientale, ponendo come fine ultimo il benessere della collettività, nel pieno rispetto della mission, vision e filosofia aziendale.

Da molti anni, Oropan ha individuato i valori fondamentali che ritiene imprescindibili, come punto di partenza per la definizione della propria identità aziendale:

- **Le Convenzioni e le Raccomandazioni Internazionali del Lavoro emanate dall'ILO**, (International Labour Organization);
- **La Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU**;
- **La Carta della Terra** redatta dall'Earth Council;
- **I X Principi richiamati nel Global Compact dell'ONU**.

Etica ed integrità di business

Rating di Legalità – In data 11 Febbraio 2025, l'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato l'AGCM, ha comunicato di aver riesaminato il dossier aziendale e rinnovato il rating di legalità, confermando la valutazione già conferita in data 24 ottobre 2023 di **tre stelle** ★★★ garanzia di un business improntato ai principi della legalità, della trasparenza e della responsabilità sociale d'impresa. Tale giudizio, è frutto sia delle dichiarazioni rese nuovamente dall'azienda sia degli accertamenti e delle valutazioni effettuate dall'Authority. Il Rating, disciplinato con delibera AGCM del 14 novembre 2012 n. 2407, della durata di 2 anni e rinnovabile su richiesta, premia le aziende che operano nel rispetto di elevati standard di legalità, conformità ai requisiti normativi ed extra normativi volontari e di trasparenza, favorendo il percorso di introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale, lungo tutta la catena di fornitura e del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business anche in chiave sostenibile. L'ottenimento di tale rating è riservato a imprese non soggette a tentativi d'infiltrazione mafiosa, che hanno aderito a codici etici di regolamentazione propri e adottati dalle associazioni di categoria, che adottano modelli organizzativi di prevenzione e di contrasto della corruzione. Testimonianza che, da parte dell'azienda siano state attuate, quindi, procedure e prassi interne che superano le garanzie richieste e previste dalla legislazione vigente nel garantire il rispetto della legalità.

NOTA METODOLOGICA

GRI 2-1 | GRI 2-2 | GRI 2-3

Il presente documento rappresenta per l'azienda il quarto Bilancio di Sostenibilità di Oropan S.p.a., situata in Strada comunale esterna (km 3,4) Parallela S.S. 96 Altamura (BA). Oropan S.p.A., le cui quote azionarie sono detenute per il 90% da Oropan International S.A.R.L. e per il restante 10% dal fondatore Vito Forte, ha redatto il presente documento con l'obiettivo e la volontà di rendere noto ai propri stakeholder l'impegno che ha assunto verso una comunicazione sempre più trasparente circa l'operato dell'azienda, e gli impatti, rischi ed opportunità di natura ESG che essa genera o subisce.

Il Bilancio è stato redatto seguendo le linee guida ed i principi del "GRI Sustainability Reporting Standards", così come aggiornati nel 2021 ed entrati in vigore dal 1° gennaio 2023, adottando l'approccio "in accordance". Il Bilancio di sostenibilità si riferisce al periodo 1° gennaio 2024 - 31 dicembre 2024, ed il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni contenute nello stesso è il medesimo del bilancio civilistico.

Oropan ha svolto nel corso dell'anno un processo di analisi di doppia materialità, che impone alle imprese di inquadrare le questioni ESG da un punto di vista "inside-out" (materialità di impatto), analizzando gli effetti che l'azienda provoca sulla società e sull'ambiente circostante, e "outside-in" (materialità finanziaria), identificando come tali questioni impattano sulla creazione del valore aziendale nel tempo. L'analisi di doppia materialità è stata realizzata in linea con quanto prescritto dallo standard GRI 3 – Temi materiali 2021 e dalle implementation guidance EFRAG IG 1.

Per quanto riguarda la raccolta dei dati quantitativi, al fine di assicurare un'effettiva attendibilità delle informazioni riportate e di consentire una corretta rappresentazione delle performance, si è cercato di limitare il più possibile il ricorso a stime e, ove disponibili dati completi, è stato operato un confronto con i due esercizi precedenti. È stata confermata la struttura delle informazioni qualitative, organizzate secondo una struttura allineata alle richieste degli standard ESRS (European Sustainability Reporting Standard) redatti da EFRAG (Europen Financial Reporting Advisory Group) in conformità con le richieste europee nella nuova direttiva di rendicontazione CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Oropan non rientra attualmente nel perimetro di tale Direttiva, e pertanto ne segue i principi e le indicazioni in forma volontaria.

A conclusione del documento si riporta il GRI Content Index che consente di visionare schematicamente gli indicatori GRI selezionati a copertura dei temi materiali individuati in sede di analisi di doppia materialità. Essendo il presente documento redatto in forma volontaria, si sottolinea che non è stata svolta alcuna analisi di assurance da enti terzi.

GRI INDEX

Dichiarazione d'uso	Oropan S.p.A ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2024 – 31 dicembre 2024 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	**GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021**

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO/RIFERIMENTO DIRETTO
INFORMATIVA GENERALE		
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli sull'organizzazione	L'azienda e i prodotti
		I risultati economici e il mercato
		Sviluppo internazionale
		La governance di Oropan
		Nota metodologica
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
	2-4 Restatement delle informazioni	Nel presente documento non sono stati apportati restatement delle informazioni degli anni precedenti
	2-5 Assurance esterna	Il presente documento non è sottoposto ad assurance esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	L'azienda e i prodotti
		I risultati economici e il mercato
		L'analisi di materialità
		La catena di fornitura
		I clienti e i consumatori
	2-7 Dipendenti	Il valore delle persone
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Il valore delle persone
	2-9 Struttura e composizione della governance	La governance di Oropan
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	La governance di Oropan
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Gli organi di governance
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione nella gestione degli impatti	La governance di Oropan
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Gli organi di governance
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Gli organi di governance
	2-15 Conflitti d'interesse	Gli strumenti per la gestione della sostenibilità
	2-16 Comunicazione delle criticità	Gli strumenti per la gestione della sostenibilità
		Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni
	2-17 Competenze collettive del massimo organo di governo	Gli organi di governance
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	La governance di Oropan
	2-19 Politiche retributive	La governance di Oropan
	2-20 Processo di determinazione della retribuzione	La selezione e la gestione delle risorse umane
	2-21 Rapporto sulla retribuzione totale annuale	Il valore delle persone
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder
	2-23 Impegni assunti tramite policy	Le certificazioni di Oropan
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Gli strumenti per la gestione della sostenibilità
	2-25 Processi volti a rimediare agli impatti negativi	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	Gli organi di governance
		Gli strumenti per la gestione della sostenibilità
		Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO/RIFERIMENTO DIRETTO
GRI 2: Informativa generale 2021	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Gli strumenti per la gestione della sostenibilità
	2-28 Adesione ad associazioni	Oropan aderisce all'associazione di settore APPF (Associazione Produttori Pasta Fresca)
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Comunicazione
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	Il valore delle persone
GRI 3 Temi materiali (2021)	3-1 Processo per determinare i temi materiali	L'analisi di materialità
	3-2 Elenco di temi materiali	L'analisi di materialità
GRI 201 Performance Economiche (2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	I risultati economici e di mercato
INFORMATIVA AMBIENTALE		
GRI 3 Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Informativa ambientale
		L'analisi di materialità
GRI 301 Materiali (2016)	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
GRI 302 Energia (2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici ed emissioni
	302-3 Intensità energetica	Consumi energetici ed emissioni
GRI 303 Acqua e scarichi idrici (2018)	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	La gestione della risorsa idrica
	303-3 Prelievo idrico	La gestione della risorsa idrica
	303-5 Consumo di acqua	La gestione della risorsa idrica
GRI 306 Rifiuti (2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
	306-3 Rifiuti prodotti	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	La gestione delle materie prime e dei rifiuti
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	La gestione delle materie prime e dei rifiuti

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO/RIFERIMENTO DIRETTO
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	La promozione di una filiera di qualità
INFORMATIVA SOCIALE		
GRI 3 Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Informativa sociale
		L'analisi di materialità
GRI 401 Occupazione (2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	La selezione e la gestione delle risorse umane
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Il welfare aziendale e il work-life balance
GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Le certificazioni di Oropan
		Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Training e formazione
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Il welfare aziendale e il work-life balance
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Salute e sicurezza
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza
	403-9 Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza
GRI 404 Formazione e istruzione (2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Training e formazione
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Training e formazione

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO/RIFERIMENTO DIRETTO
GRI 405 Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Il valore delle persone
		Promozione della diversità e delle pari opportunità
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Il valore delle persone
GRI 413 Comunità locali (2016)	413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	Le principali iniziative ESG nell'ambito della comunità
GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Nel corso dell'esercizio 2024 non si sono verificate non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti
GRI 417 Marketing ed etichettatura (2016)	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	I clienti e i consumatori
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	I clienti e i consumatori
INFORMATIVA DI GOVERNANCE		
GRI 3 Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	Informativa di governance
		L'analisi di doppia materialità
GRI 405 Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Gli organi di governance
GRI 418 Privacy dei clienti (2016)	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Il sistema di controllo

OROPAN Spa

Bilancio di sostenibilità 2024

Progettazione e redazione a cura di SCS Consulting

Tutte le immagini presenti in questo documento sono gentile concessione di Oropan S.p.A.

OROPAN
Altamura dal 1956
Friselle
Forte