REPORT DI SOSTENIBILITÀ

2019

BOLTON GROUP

SOMMARIO

LETTERA DELL'EXECUTIVE CHAIRWOMAN 3

1.0
CHI SIAMO 4
1.1 Bolton Group oggi 6
1.2 Missione e valori 7
1.3 La nostra organizzazione 8
1.4 I mercati in cui operiamo 10
1.5 La distribuzione del valore economico generato 11

2.0
WE CARE ABOUT THE FUTURE 12
2.1 Il nostro piano di sostenibilità 13
2.2 I nostri stakeholder e la matrice di materialità 15
2.3 La governance della sostenibilità 18

3.0
IL NOSTRO IMPEGNO DURANTE L'EMERGENZA COVID-19 19

4.0
SOURCING 21
4.1 Il nostro approccio 22
4.2 Le nostre performance 23
4.3 I nostri principali progetti 25
4.3.1 La scelta di materie prime sostenibili 25
4.3.2 Verso un minor impatto del packaging 29
4.3.3 Diritti umani 33

5.0
PRODUCTION 34
5.1 Il nostro approccio 35
5.2 Le nostre performance 36
5.3 I nostri principali progetti 38
5.3.1 La riduzione dei consumi 38
5.3.2 L'ottimizzazione della logistica 40
5.3.3 La riduzione dei rifiuti 41

6.0
PEOPLE > LE NOSTRE PERSONE 42
6.1 Il nostro approccio 43
6.2 Le nostre performance 44
6.3 I nostri principali progetti 46
6.3.1 La salute e la sicurezza delle nostre persone 46
6.3.2 La valorizzazione delle nostre persone e lo sviluppo delle competenze 47
6.3.3 Il coinvolgimento delle nostre persone 48

7.0
PEOPLE > COMUNITÀ 50
7.1 Il nostro approccio 51
7.2 Le nostre performance 52
7.3 I nostri principali progetti 53
7.3.1 Educazione scolastica 53
7.3.2 Salute e ricerca scientifica 54
7.3.3 Arte e cultura 54
7.3.4 L'impegno sociale 55

8.0
CONCLUSIONI 56

9.0
NOTA METODOLOGICA 58

LETTERA DELL'EXECUTIVE CHAIRWOMAN

Sono veramente orgogliosa di presentarvi il secondo rapporto di sostenibilità di Bolton Group. Un percorso avviato lo scorso anno e che in questo momento assume un significato ancora più profondo.

Siamo nel pieno dell'emergenza sanitaria e la diffusione del Coronavirus ha coinvolto la società a livello globale. Sono cambiati gli scenari e abbiamo dovuto affrontare nuove sfide, ma in questo contesto abbiamo trovato nuove energie e abbiamo fatto fronte all'emergenza grazie allo sforzo comune. Bolton ha confermato la sua solidità durante la crisi del Covid-19. Una solidità che poggia sulla fiducia delle famiglie in tutto il mondo che ogni giorno scelgono le nostre marche e sulla forza della nostra organizzazione e delle nostre persone, che hanno garantito la disponibilità di beni essenziali nei tanti Paesi in cui operiamo. Abbiamo sempre privilegiato la sicurezza e il sostegno alle nostre persone. Anche nei giorni più difficili continuiamo a guardare al futuro con speranza, forti delle nostre competenze e della continua necessità di prestare attenzione al territorio, alle persone e all'ambiente. Una sensibilità che abbiamo sempre avuto.

Il 2019, cui si riferisce il rapporto di sostenibilità, è stato per noi un anno denso di significati, tra cui il traguardo dei 70 anni dalla fondazione del gruppo. Oggi Bolton è un gruppo con basi solide, che conta oltre 11.000 persone, profondamente consapevole della sua responsabilità sociale. Il 2019 ha rappresentato un'occasione per riflettere sui valori che ci hanno guidati fino a qui e che ci guideranno nel futuro: crediamo da sempre che etica e competenza, profitto e solidarietà siano le chiavi del nostro sviluppo e su questi principi abbiamo quindi fondato il nostro piano di sostenibilità "We Care".

Sono molti i traguardi del 2019 di cui andiamo orgogliosi: tra i più significativi desidero sottolineare che abbiamo ottenuto il 70% di tonno da approvvigionamento responsabile, nella produzione abbiamo raggiunto il 52% dell' utilizzo di materie prime e packaging che rispondono a criteri di circolarità -, abbiamo recuperato o riciclato il 96% dei rifiuti nei nostri stabilimenti produttivi e utilizziamo il 76% di energia elettrica da fonti rinnovabili.
Sul piano sociale abbiamo supportato oltre 25.000 studenti in Italia tramite il progetto "We Care For Child Education", in collaborazione con Save the Children e abbiamo sostenuto oltre 2,5 milioni di persone con il Banco Alimentare.
In futuro i nostri obiettivi saranno ancora più ambiziosi e incorporeranno anche le attività legate alla filiera del tonno di Tri Marine.

Marina Nissim
Executive Chairwoman

In questo contesto si inserisce anche la nascita nel 2020 della Fondazione Bolton Hope, fortemente indirizzata all'educazione; Hope, perché mai come in questo momento crediamo che ci sia un futuro e vogliamo che questo futuro ci sia soprattutto per i giovani.
Come Bolton Hope, crediamo nell'educazione quale motore che genera consapevolezza culturale, sociale e ambientale, imprescindibile per lo sviluppo individuale e collettivo. Vogliamo fornire soprattutto ai giovani le capacità e gli strumenti di cui hanno bisogno per agire consapevolmente nel mondo.

In questo rapporto di sostenibilità diamo conto dei risultati realizzati lungo questo percorso, fieri del cammino che abbiamo intrapreso, alla ricerca di un migliore equilibrio nel nostro modello di impresa e determinati a fare sempre di più, insieme alle nostre persone e insieme ai nostri partner, che con noi condividono la strada.
Servono una visione ambiziosa, il coraggio di realizzarla e tanto impegno.
Per noi di Bolton la responsabilità significa, nell'accezione più profonda del termine, l'essere chiamati a rispondere delle proprie azioni e delle proprie scelte. Sentiamo questa responsabilità ogni giorno.

We care about the future

Marina Nissim

1.0
CHI SIAMO

1.1. Bolton Group oggi 6
1.2. Missione e valori 7
1.3. La nostra organizzazione 8
1.4. I mercati in cui operiamo 10
1.5. La distribuzione del valore economico generato 11

+11	+50	146	57	7	16	18
MILA PERSONE	MARCHI PRESTIGIOSI	PAESI	UFFICI	LABORATORI R&D	STABILIMENTI	NAVI DA PESCA

BOLTON GROUP

FOOD

RIO mare · Saupiquet · SIMMENTHAL · PRIMA · PALMERA · ISABEL · CUCA · MASSÓ · CARDINAL · Pêcheurs de France · ROBERT · PETREET

TUNA SUPPLY

Alamar · Solomon Blue · SOLTUNA

ADHESIVES

UHU · BISON · GRIFFON · BOSTIK · air max

BEAUTY CARE

COLLISTAR

HOME CARE

WC NET · OMINO BIANCO · SMAC · Carolin · GÉNIE · Scel-O-frais · Merito · Dubro · Last · Fornet · Vetril · Argentil · meglio · SIPURO · Deox · Citrosil · OURAGAN · Overlay · Solivaisselle

PERSONAL CARE

NEUTRO ROBERTS · BOROTALCO · Chilly · ACQUA ALLE ROSE · BILBOA · BILBA · DEPILSOAP · VENDOME · OMIA · Intima ROBERTS · EFFERVESCENTE Brioschi · GALEFFI EFFERVESCENTE · Soapy · D'OR · Somatoline Cosmetic · Rogé Cavaillès · BOTOT · SANOGYL · Citrosil

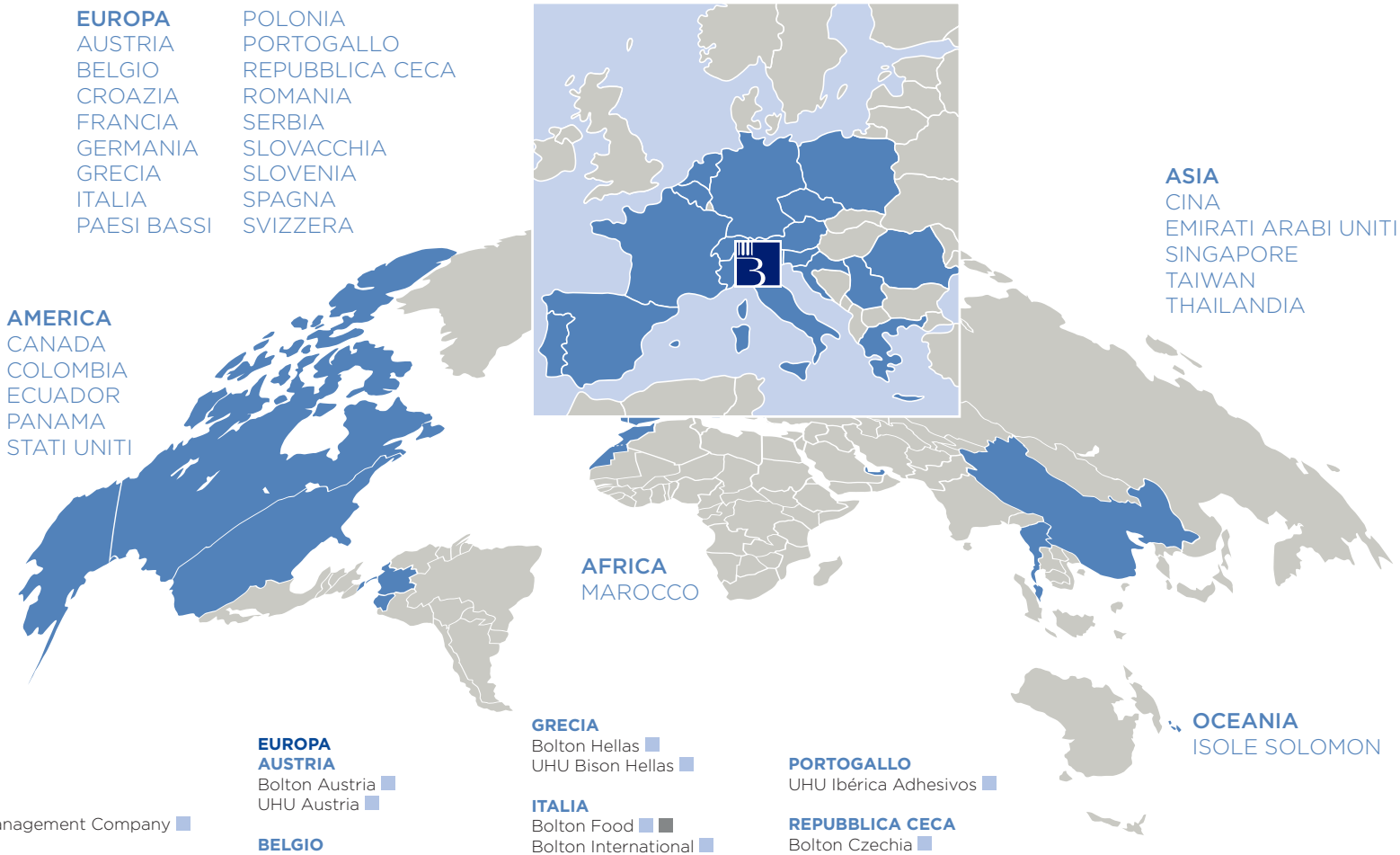
BOLTON GROUP OGGI

BOLTON GROUP

EUROPA
AUSTRIA
BELGIO
CROAZIA
FRANCIA
GERMANIA
GRECIA
ITALIA
PAESI BASSI
POLONIA
PORTOGALLO
REPUBBLICA CECA
ROMANIA
SERBIA
SLOVACCHIA
SLOVENIA
SPAGNA
SVIZZERA

AMERICA
CANADA
COLOMBIA
ECUADOR
PANAMA
STATI UNITI

ASIA
CINA
EMIRATI ARABI UNITI
SINGAPORE
TAIWAN
THAILANDIA



AFRICA
MAROCCO

OCEANIA
ISOLE SOLOMON

UFFICI
STABILIMENTI

ITALIA - HEADQUARTERS
Bolton Group

AFRICA
MAROCCO
Societè Nouvelle Cosarno

AMERICA
CANADA
Bolton BG Canada

COLOMBIA
Colombo Española de Conservas
Gralco

ECUADOR
Conservas Isabel Ecuatoriana
Seafman

PANAMA
Tri Marine International Panama

STATI UNITI
Tri Marine Management Company

ASIA
CINA
Tri Marine International Shanghai

EMIRATI ARABI UNITI
Bolton Middle East

SINGAPORE
Tri Marine International Singapore

TAIWAN
Tri Marine International Kaohsiung

THAILANDIA
Bolton Adhesives
Tri Marine International Bangkok

EUROPA
AUSTRIA
Bolton Austria
UHU Austria

BELGIO
Bison International
Bolton Belgium

CROAZIA
Bolton Croatia

FRANCIA
Bolton Solitaire
Griffon France
Rogé Cavaillès
Bolton Food France
UHU France

GERMANIA
Saupiquet Deutschland
UHU

GRECIA
Bolton Hellas
UHU Bison Hellas

ITALIA
Bolton Food
Bolton International
Bolton Manitoba
Collistar
Manetti & Roberts
Omia
Tri Marine Europe
UHU BOSTIK

PAESI BASSI
Bison International
Bolton Adhesives
Bolton Group
Bolton Nederland
Collistar Benelux

POLONIA
Bolton Polska

PORTOGALLO
UHU Ibérica Adhesivos

REPUBBLICA CECA
Bolton Czechia

ROMANIA
Bolton BG Romania

SERBIA
Bolton Serbia

SLOVENIA
Bolton Adriatic

SPAGNA
Bolton España
Bolton Food
Grupo Conservas Garavilla
Tri Marine International Spain
UHU España

SVIZZERA
Bolton Swiss

OCEANIA
ISOLE SOLOMON
National Fisheries Developments
SolTuna

Bolton Group produce e distribuisce un'ampia gamma di prodotti leader nel largo consumo e vanta un importante portafoglio di oltre 50 marche nelle categorie Food, Home Care, Adhesives, Personal Care e Beauty Care. La Tuna Supply category completa le aree di attività.

Con le sue linee di prodotto presenti nella grande distribuzione, negozi specializzati, farmacie e profumerie, Bolton Group genera un fatturato superiore a 2,3 miliardi di euro.

MISSIONE E VALORI

La missione di Bolton Group è offrire marche innovative, sostenibili e di alta qualità per soddisfare le esigenze di consumatori e clienti e mantenere nel tempo la loro fiducia, assicurando così la crescita del Gruppo nel lungo periodo.

Siamo un'azienda multinazionale e un'impresa familiare, riconosciuti dal mercato per la forte cultura imprenditoriale. Da tempo abbiamo adottato un **Codice Etico** che guida le relazioni nei confronti dei nostri collaboratori, dei partner commerciali e della comunità, fondato su valori condivisi che ispirano le nostre attività:

IMPRENDITORIALITÀ

Offriamo un ambiente di lavoro stimolante e gratificante nel quale la creatività, la prontezza nel cogliere le opportunità e la capacità di assumersi rischi calcolati, sono incoraggiati e premiati.

PASSIONE PER L'ECCELLENZA

Non ci accontentiamo di buoni risultati, ma ricerchiamo il meglio in tutti i nostri prodotti e servizi. Le nostre persone, a ogni livello, sono incentivate a vincere le sfide e cogliere le opportunità per ottenere il massimo da qualsiasi situazione.

RESPONSABILITÀ

Siamo impegnati nel conseguire risultati eccellenti, per offrire un valore superiore ai nostri consumatori e clienti e mantenere efficiente la nostra organizzazione.

ONESTÀ E INTEGRITÀ

Agire con rispetto e correttezza in tutte le situazioni è il principio fondante della nostra solida reputazione professionale.

SOSTENIBILITÀ

Promuoviamo un modello di sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale, con l'obiettivo di tutelare le risorse naturali, anche per le generazioni future.

LA NOSTRA ORGANIZZAZIONE

Bolton Group è la holding del Gruppo, con ruolo di indirizzo e coordinamento delle società operative. La struttura organizzativa è così rappresentata:

LE NOSTRE BUSINESS UNITS

BOLTON FOOD
- BOLTON FOOD
- BOLTON FOOD FRANCE
- GRUPO CONSERVAS GARAVILLA

TRI MARINE
- TRI MARINE GROUP [1]

BOLTON HOME & PERSONAL CARE
- BOLTON MANITOBA
- BOLTON SOLITAIRE
- MANETTI & ROBERTS
- ROGÉ CAVAILLÈS

BOLTON ADHESIVES
- BOLTON ADHESIVES
- UHU
- BISON INTERNATIONAL
- UHU BOSTIK

BOLTON BEAUTY CARE
- COLLISTAR
- COLLISTAR BENELUX

BOLTON INTERNATIONAL
- BOLTON ADRIATIC
- BOLTON AUSTRIA
- BOLTON BELGIUM
- BOLTON BG CANADA
- BOLTON CROATIA
- BOLTON CZECHIA
- BOLTON ESPAÑA
- BOLTON HELLAS
- BOLTON MIDDLE EAST
- BOLTON NEDERLAND
- BOLTON POLSKA
- BOLTON BG ROMANIA
- BOLTON SERBIA
- BOLTON SWISS
- SAUPIQUET GERMANY

PARTECIPATE
- CALVO 40%

Bolton Group è un'azienda privata, il cui Board è composto da: **Marina Nissim** (Executive Chairwoman), **Guy Noordink** (Vice Chairman), **Salomone Benveniste** (Managing Director) e **Giuseppe Morici** (Group CEO)[2].

[1] Acquisizione 2019.
[2] Informazione aggiornata al 30/06/2020 anziché al 31/12/2019, a seguito dell'ingresso di Giuseppe Morici nel Board aziendale.

LE ACQUISIZIONI DEL 2019

Nel corso del 2019 la nostra organizzazione ha assistito a un importante incremento in termini di fatturato, dipendenti, stabilimenti produttivi e navi da pesca, grazie all'acquisizione, nel mese di luglio, del 100% delle quote della società **Tri Marine Group**, uno dei principali player globali nella filiera del tonno, con attività importanti nella pesca, trasformazione e commercializzazione della materia prima.
La società è composta di oltre 5.000 dipendenti, sedi in varie parti del mondo, 3 fabbriche di lavorazione del pesce e una flotta di 11 navi da pesca.

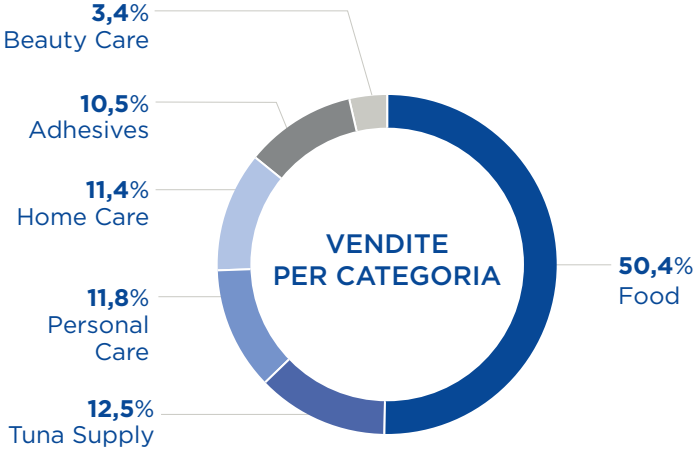
Bolton Group, pur mantenendo una grande diversificazione di aree di attività, grazie a questa importante acquisizione ha consolidato la sua presenza nella categoria degli alimentari e **ha rafforzato, in particolare, il presidio della filiera del tonno**, fondamentale per garantire l'accesso alle fonti di approvvigionamento della materia prima, la competitività del costo, la qualità costante, la trasparenza e tracciabilità della filiera e la sostenibilità della pesca.

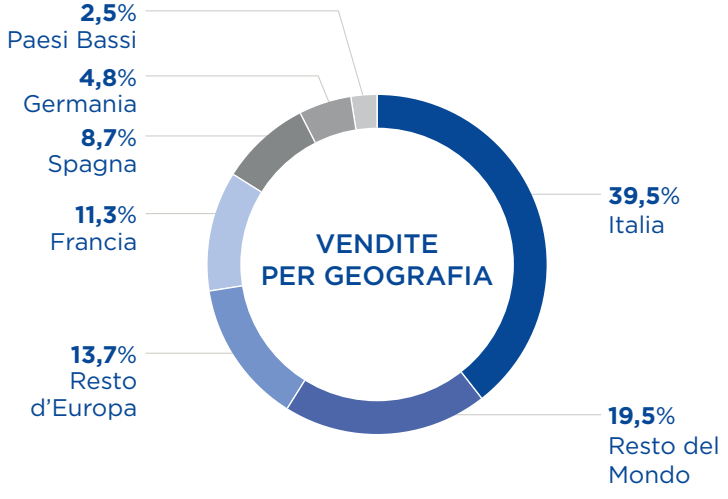
Nel settore del Personal Care, un'altra significativa novità ha riguardato l'acquisizione della società **M.G.A. S.p.A., proprietaria del brand Omia Laboratoires** e azienda leader in Italia della cosmetica naturale. Omia Laboratories vanta un'ampia gamma di prodotti cosmetici e per la cura ed igiene personale, dai deodoranti ai prodotti per i capelli, alle creme per il corpo e per il viso, molti dei quali certificati BIO. Omia è presente nei canali della Grande Distribuzione Organizzata e nel settore Personal Care.

In ambito Home Care, infine, è stato acquisito il **marchio Deox**, che ha consentito al Gruppo di fare il proprio ingresso nel segmento degli ammorbidenti, rafforzando la presenza nel settore di riferimento.

I MERCATI IN CUI OPERIAMO

Sviluppiamo **oltre il 60% del fatturato all'estero**. La diversificazione geografica dei canali distributivi e delle categorie di attività è una caratteristica peculiare del Gruppo, che garantisce crescita e profittabilità. Tra i settori di attività, il Food e il Tuna Supply sono quelli maggiormente rilevanti, seguiti da Personal Care, Home Care, Adhesives e Beauty Care.



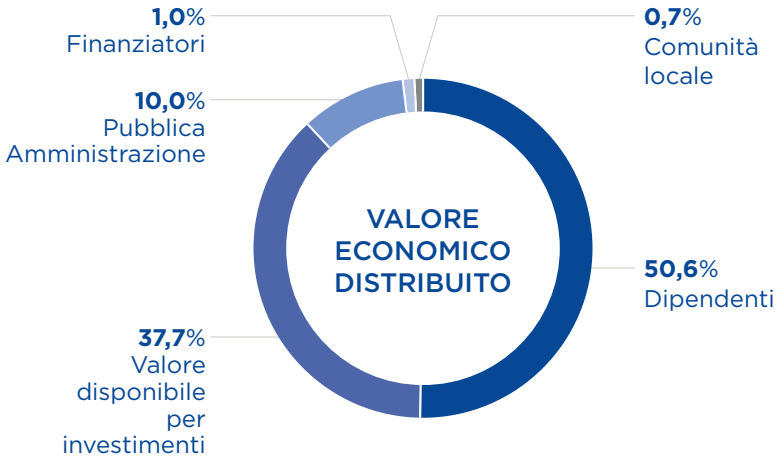


LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO

Il triennio 2017-2019 ha confermato risultati economici positivi, evidenziando per il Gruppo una crescita sana e sostenibile.

Il fatturato complessivo nel 2019 è aumentato di oltre il 15% rispetto al 2018. Questo significativo aumento è legato principalmente alle acquisizioni effettuate nel corso dell'anno e descritte in precedenza.

La nostra performance è positiva anche considerando il valore aggiunto ripartito ai nostri portatori di interesse, che è calcolato come la differenza tra il valore economico generato e i costi operativi dell'azienda. Nel 2019, abbiamo distribuito il 50,6% del valore economico generato ai **nostri dipendenti**, sotto forma di stipendi, spese pensionistiche e benefit, mentre il 10,0% è stato corrisposto alla **Pubblica Amministrazione** tramite tasse e imposte. Lo 0,7%, pari a oltre € 4,2 milioni, è stato destinato alla **comunità locale** attraverso sponsorizzazioni, donazioni e liberalità, che verranno meglio descritte nel capitolo dedicato al nostro intervento nella comunità. Il 37,7% ha rappresentato il **valore disponibile per gli investimenti** in azienda (accantonamenti e utili non distribuiti). L'1,0%, infine, ha rappresentato la quota parte di valore distribuito ai **finanziatori**, costituita dagli interessi passivi relativi a finanziamenti e dagli interessi passivi derivanti dall'applicazione del principio IFRS16 sui contratti di affitto, noleggio e leasing.



2.0
WE CARE ABOUT THE FUTURE

2.1. Il nostro piano di sostenibilità 13

2.2. I nostri stakeholder e la matrice di materialità 15

2.3. La governance della sostenibilità 18

IL NOSTRO PIANO DI SOSTENIBILITÀ

Per Bolton Group sostenibilità significa agire responsabilmente verso l'ambiente, le persone e la comunità. Coerentemente con questo approccio il nostro piano di sostenibilità, **We Care**, è disegnato su tre pilastri: **Sourcing**, **Production** e **People**.

Per dare concretezza al nostro modello abbiamo adottato una metodologia di pianificazione strategica **OGSM** (objective, goals, strategy and measures), in base alla quale abbiamo definito **indicatori**, **target** e **progetti** che ci consentono di integrare la sostenibilità in quello che facciamo ogni giorno.

Nella nostra strategia di sostenibilità il futuro e la tutela degli interessi delle **generazioni future** rappresentano una priorità e verso questa prospettiva orientiamo le nostre azioni.

Crediamo nel costante confronto con i portatori di interesse esterni all'azienda e con **WWF**, **Save The Children** e **Oxfam** abbiamo sviluppato partnership importanti, che ci consentono un confronto dinamico e costruttivo sulle sfide presenti e future.

Sosteniamo la mobilitazione della società civile e delle istituzioni per promuovere modelli di sviluppo sostenibile: nel 2019 abbiamo sottoscritto la **CEOs Call to Action**, l'appello dei vertici delle aziende europee per contribuire alla definizione del **Green New Deal** della Commissione Europea, approvato l'11 dicembre 2019. Si tratta di un piano strategico per trasformare l'Europa nel primo blocco di Paesi a impatto climatico zero entro il 2050 attraverso interventi per ridurre l'inquinamento, per l'uso efficiente delle risorse, per un'economia pulita e circolare e per ripristinare la biodiversità.

WE CARE, IL NOSTRO PIANO DI SOSTENIBILITÀ, SI BASA SU TRE PILASTRI:

SOURCING

Garantiamo l'approvvigionamento e l'utilizzo sostenibile di **risorse naturali** e **materie prime**. Privilegiamo rapporti con fornitori che operano secondo un modello di business sostenibile. Garantiamo la piena trasparenza e tracciabilità dei nostri prodotti e la tutela dei **diritti umani** lungo la filiera.

PRODUCTION

Lavoriamo in un'ottica di **circolarità** per ridurre l'**impatto ambientale** dei processi di produzione delle nostre fabbriche limitando le emissioni, il consumo di materiali ed energia e riducendo gli scarti. Operiamo costantemente per migliorare la **qualità** dei nostri prodotti.

PEOPLE

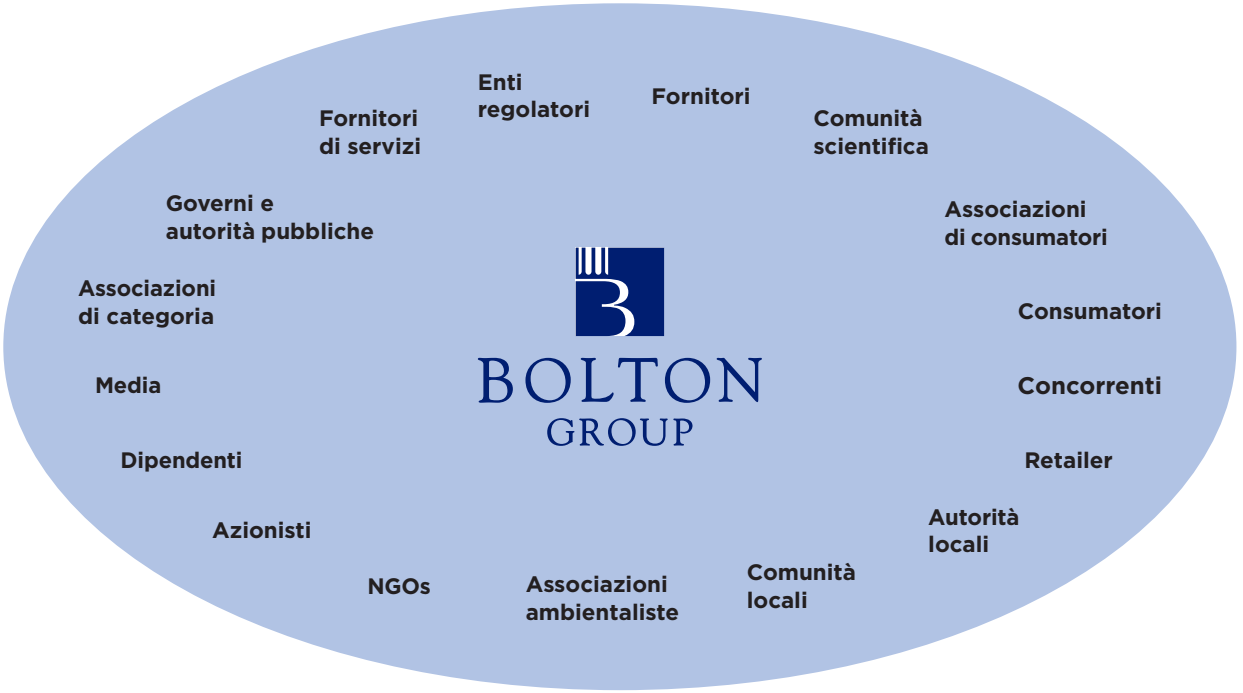
Valorizziamo le **nostre persone** con programmi di formazione; offriamo un ambiente di lavoro sano, sicuro e stimolante. Ascoltiamo i **consumatori**, proponendo prodotti sempre più sostenibili. Operiamo a favore delle **comunità** con progetti a sostegno della ricerca scientifica, dell'ambiente e della cultura e interveniamo nelle situazioni di emergenza. Promuoviamo l'**educazione scolastica** con il programma *"We Care for Child Education"*.

I NOSTRI STAKEHOLDER E LA MATRICE DI MATERIALITÀ

IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER

Ai fini di una gestione responsabile del business, Bolton Group ritiene fondamentale il confronto con i propri stakeholder, ovvero i portatori di interesse nei confronti del Gruppo, delle singole Business Unit o di entrambi, a seconda della categoria di appartenenza.

Anche nel 2019 sono proseguite le attività di dialogo con le diverse categorie di stakeholder qui presentate, con l'obiettivo di assicurare l'ascolto delle diverse istanze nel modo più uniforme possibile trasversalmente al Gruppo. In particolare, in linea con il percorso di sostenibilità descritto nel paragrafo "Il Nostro Piano di Sostenibilità", Bolton Group ha focalizzato l'attenzione sul **coinvolgimento di rappresentanti del mondo scientifico e non-profit**.



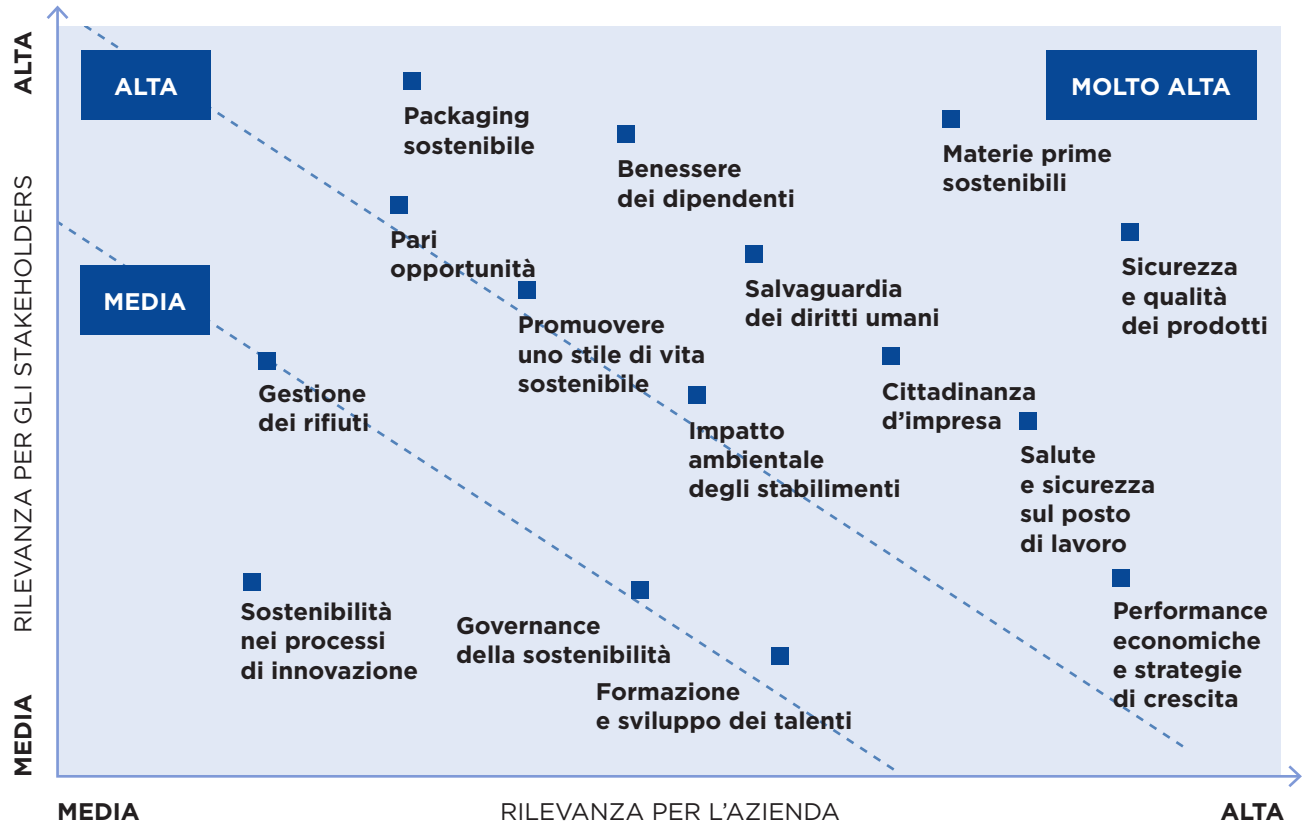
Per quanto riguarda gli impatti ambientali legati alle attività di produzione e all'utilizzo dei nostri prodotti da parte dei consumatori, abbiamo attivato specifiche collaborazioni con **università di rilevanza internazionale** per migliorare la nostra impronta ambientale. Inoltre, nell'ambito di una partnership attiva dal 2016, il tavolo di lavoro con **WWF** ha proseguito le proprie attività con un focus specifico sulla plastica e sul packaging.

Un secondo ambito dove il confronto con gli stakeholder è di vitale importanza, prevede il coinvolgimento di organizzazioni non-profit a carattere sociale nelle aree in via di sviluppo dove siamo presenti, con l'obiettivo di agire in modo sempre più attento ai diritti dei lavoratori e al benessere delle comunità locali.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

La materialità indica quanto un aspetto o un indicatore è rilevante per l'azienda. Per calcolare la materialità, si tiene in considerazione la rilevanza interna per l'azienda e la rilevanza che tali fattori hanno per gli stakeholder e quindi per il contesto esterno.

Al fine di individuare gli aspetti materiali per Bolton Group, abbiamo svolto **un'analisi di materialità seguendo le indicazioni delle linee guida GRI**. Abbiamo identificato i temi principali partendo da una riflessione interna sul business del Gruppo e arricchendola successivamente con un'analisi di benchmark. Questa analisi ha portato alla definizione della matrice qui illustrata. Con riferimento all'anno 2019, Bolton Group presenta una matrice di materialità invariata rispetto al 2018; tuttavia, a fronte dei cambiamenti organizzativi derivanti dall'acquisizione di Tri Marine avvenuta nel corso del 2019, sarà nostra cura verificarne ulteriormente l'adeguatezza in vista delle rendicontazioni future. Il presente documento non include pertanto le performance di sostenibilità relative a Tri Marine per il triennio rendicontato.



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Gli aspetti considerati rilevanti dagli stakeholder e da Bolton Group trovano riscontro con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals o SDGs)**[3]. Come per la matrice di materialità, gli SDGs che consideriamo più rilevanti per le nostre attività e su cui indirizziamo i nostri impegni per il futuro sono rimasti invariati rispetto allo scorso anno e sono:

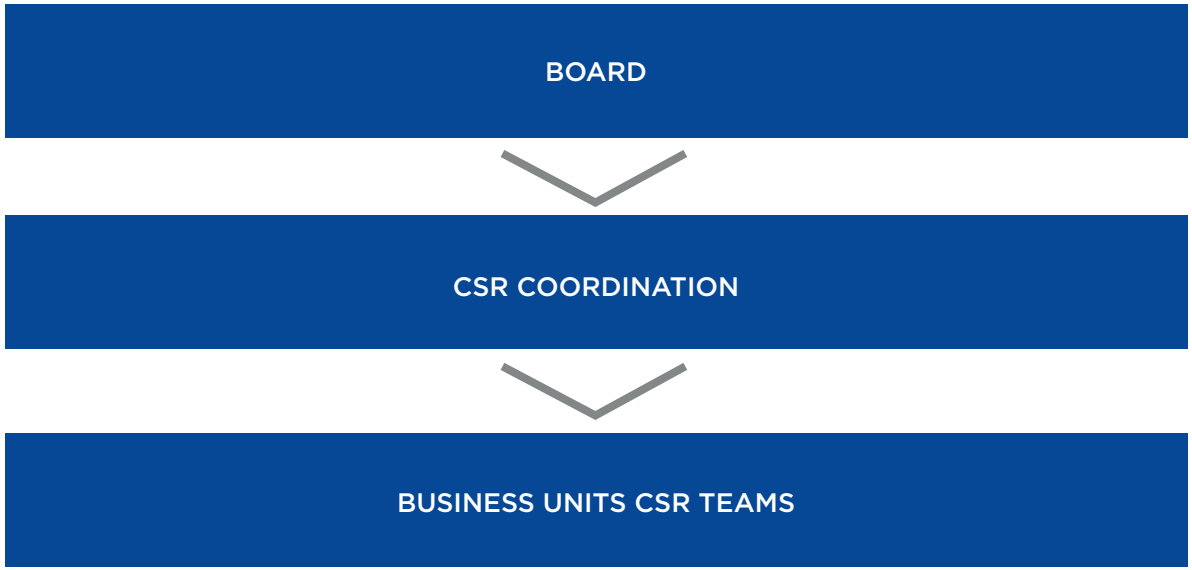
[3] Elaborati nel 2015 dalle Nazioni Unite per chiamare all'azione tutti gli attori pubblici e privati a livello globale, gli SDGs hanno lo scopo di affrontare le sfide poste dal cambiamento climatico e ridurre qualunque forma di povertà e disuguaglianza, garantendo la sostenibilità economica, ambientale e sociale delle comunità umane nel lungo periodo.

LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

Il modello di governance di sostenibilità di Bolton Group ha il suo vertice nel **Board del Gruppo** e coinvolge funzioni direttive e operative delle diverse aree di attività. La funzione centrale di CSR coordina i referenti nelle diverse Business Unit del Gruppo, i quali rispondono direttamente agli Head of Business Unit. Funzione centrale e referenti di CSR nelle Business Unit, collaborano sui progetti comuni per raggiungere gli obiettivi del piano *We Care*, secondo un calendario di incontri trimestrali e gruppi di lavoro appositamente definiti. Il Board approva annualmente il piano di sostenibilità, gli obiettivi, le azioni correlate e gli indicatori di performance, seguendone l'implementazione con riunioni periodiche nel corso dell'anno.

BOLTON GROUP

CSR GOVERNANCE



3.0
IL NOSTRO IMPEGNO DURANTE L'EMERGENZA COVID-19

IL NOSTRO IMPEGNO DURANTE L'EMERGENZA COVID-19

L'emergenza Covid-19 è stata un evento inaspettato che ha determinato enormi sconvolgimenti nella vita quotidiana di tutti noi. Come Bolton Group abbiamo sentito fortemente la **responsabilità** di garantire alle nostre persone la massima **sicurezza** nei luoghi di lavoro e di assicurare allo stesso tempo la **continuità delle nostre attività** per rendere disponibili alle famiglie i nostri prodotti.

Oltre a ottemperare tempestivamente a tutte le disposizioni delle Autorità competenti, abbiamo istituito un **Comitato di Monitoraggio Crisi interno** che, in coordinamento con tutte le società del Gruppo, in Italia e all'estero, ha seguito costantemente l'evolversi della situazione, definendo le misure di prevenzione e tutela della salute per ridurre il rischio di contagio. Ciò ha comportato **misure specifiche** di distanziamento, di riduzione dei livelli produttivi per l'adeguamento degli spazi e l'allestimento di strutture di separazione, interventi di sanificazione e di utilizzo di dispositivi di protezione individuale e l'attivazione dello smart working, laddove possibile. Abbiamo sempre garantito ai nostri dipendenti il 100% dello stipendio e li abbiamo dotati di tutti gli strumenti idonei a garantire lo svolgimento dello smart working in sicurezza (sedie ergonomiche, cuffie e video aggiuntivo). L'impegno dei nostri collaboratori nei siti produttivi per garantire la continuità produttiva nei momenti più difficili, è stato straordinario e a titolo di riconoscimento per questa dedizione abbiamo erogato un **bonus di oltre 2,5 milioni di euro**.

Ma la nostra responsabilità verso le persone non si ferma ai nostri dipendenti.

Anche **attraverso la Fondazione Bolton Hope siamo sempre stati vicini alle comunità** nelle quali e con le quali operiamo e abbiamo deciso di sostenere chi è in prima linea a combattere il virus e chi è più fragile, come bambini e famiglie disagiate.
Con una donazione di 2 milioni di euro, abbiamo contribuito al fondo di Mutuo Soccorso del Comune di Milano e al Fondo Milano Aiuta, per interventi a sostegno della cultura e delle fasce più deboli, particolarmente colpite dall'emergenza economica causata dal COVID-19.

Con una **donazione di oltre 6 milioni di euro** ci siamo concentrati ad aiutare **ospedali, enti e associazioni** nei territori dove operiamo e nelle zone dove la situazione è stata più critica. Abbiamo supportato 9 ospedali in Italia, e 5 ospedali all'estero (in Spagna, Ecuador, Marocco e Grecia) nell'acquisto di macchinari e attrezzature per i reparti di terapia intensiva e rianimazione, in particolare ventilatori polmonari, e materiale medico di supporto. In Italia e Spagna, inoltre, abbiamo assistito la Croce Rossa nell'acquisto di dotazioni per la protezione e la sicurezza del personale sanitario e il Banco Alimentare con una donazione di prodotti alimentari per le persone indigenti. Anche i nostri dipendenti hanno partecipato ad una raccolta fondi che ci ha consentito di destinare ulteriori risorse alla Fondazione Bolton Hope, alla Croce Rossa, alla Federazione Europea dei Banchi Alimentari e ad alcune associazioni per la Ricerca Scientifica a livello locale, come ad esempio in Francia.

Insieme a **Save the Children**, nostro partner storico per garantire il diritto all'educazione scolastica, ci siamo attivati nella prima fase di emergenza con un sostegno materiale alle famiglie in difficoltà, in Italia e in Spagna, dotando di tablet e connessioni wi-fi gli studenti che ne erano sprovvisti e formando 2.000 docenti sulla didattica a distanza. In una seconda fase abbiamo aderito, in Italia, alla campagna "Riscriviamo il Futuro", finalizzata a contrastare la perdita di apprendimento e di motivazione allo studio, causate dalla prolungata chiusura delle scuole.

4.0
SOURCING

4.1. Il nostro approccio 22

4.2. Le nostre performance 23

4.3. I nostri principali progetti 26

4.3.1 La scelta di materie prime sostenibili 26

4.3.2 Verso un minor impatto del packaging 30

4.3.3 Diritti umani 33

IL NOSTRO APPROCCIO

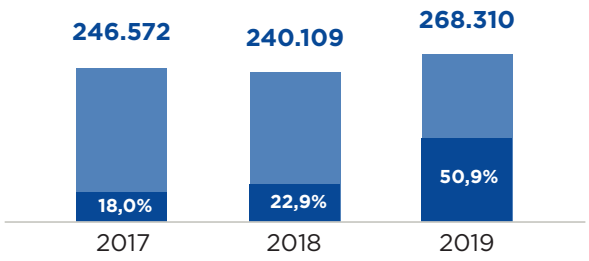
La sostenibilità di un prodotto non è data solo dall'impatto derivante dalla sua produzione e dal suo smaltimento, ma comincia da una scelta consapevole delle materie prime di cui è composto. Per questo motivo, il sourcing, cioè l'approvvigionamento e l'utilizzo responsabile di risorse naturali e materie prime, rappresenta il primo pilastro della nostra strategia di sostenibilità.

LE NOSTRE STRATEGIE	I NOSTRI OBIETTIVI
Ci impegniamo ad utilizzare materie prime più sostenibili	**100% di materie prime** rilevanti coperte da policy di approvvigionamento sostenibile
Operiamo per ridurre l'impatto ambientale del packaging	**100% riciclabilità o compostabilità** del packaging **CARTA** Utilizzo di **carta 100% riciclata** o proveniente da fonti sostenibili **PLASTICA** • Eliminazione delle plastiche monouso[4] • Aumento dell'utilizzo di **plastica riciclata o bio-based**
Promuoviamo i diritti umani lungo tutta la filiera e includiamo criteri di sostenibilità nella scelta dei fornitori	**Rafforzamento del presidio e dei controlli** nei nostri stabilimenti e presso i fornitori più rilevanti

[4] In ambito alimentare.

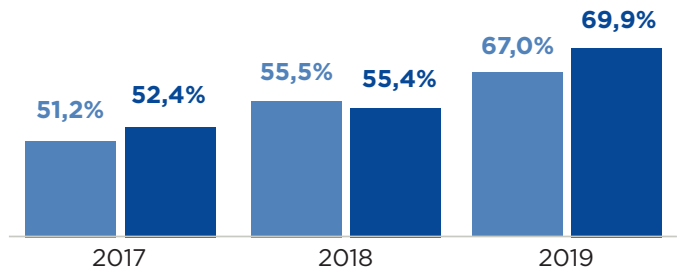
LE NOSTRE PERFORMANCE

VOLUME TOTALE DI MATERIE PRIME E MATERIE PRIME COPERTE DA POLICY



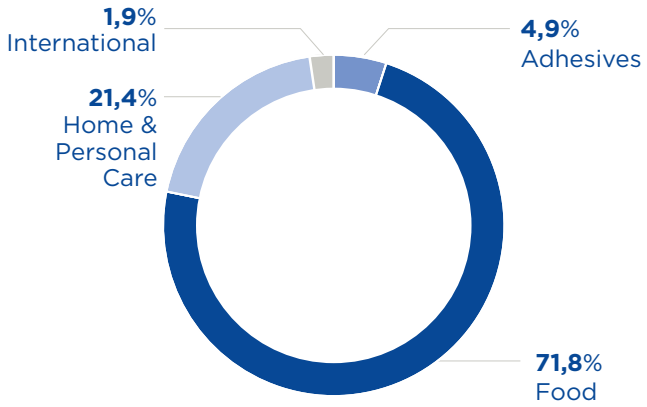
Più del 50% delle nostre materie prime è coperto da specifiche policy di sostenibilità che ne regolano l'acquisto. Questa percentuale si riferisce principalmente al settore Food (tonno, sgombri e sardine) ed è cresciuta negli ultimi 3 anni.

MATERIE PRIME ITTICHE DA APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE E FOCUS SUL TONNO



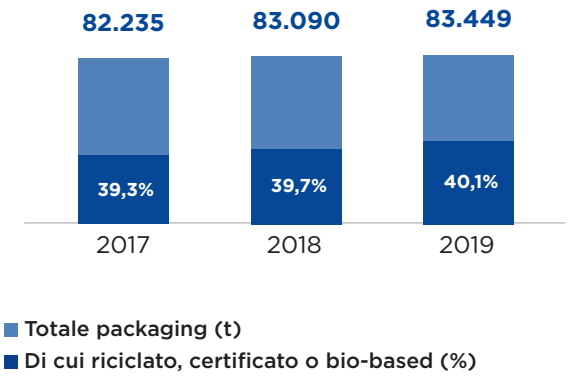
Il grafico mostra la percentuale di materie prime ittiche (tonno, sgombri, sardine e salmone) proveniente da fonti di approvvigionamento responsabili, ovvero da aree di pesca o acquacultura certificate MSC (Marine Stewardship Council) o da Robust FIPs (Fishery Improvement Projects) ed il dettaglio relativo al tonno.

MATERIE PRIME CONSUMATE PER AREA DI BUSINESS NEL 2019



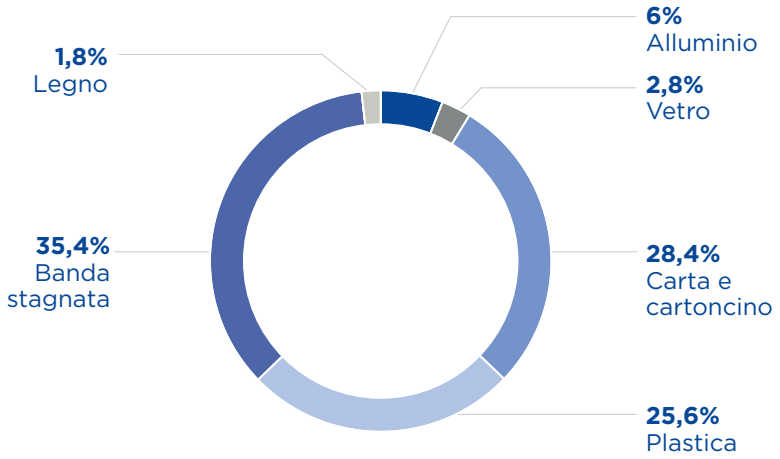
Le principali materie consumate sono: tonno e oli vegetali per i prodotti alimentari e tensioattivi per i prodotti con una formulazione chimica.

VOLUME TOTALE DI PACKAGING E PACKAGING RICICLATO, CERTIFICATO O BIO-BASED



Il consumo totale di packaging include carta, plastica, metalli e altri materiali, meglio rappresentati nel grafico sopra. In linea con i nostri impegni di miglioramento del profilo di sostenibilità dei nostri prodotti, il packaging da materiali riciclati, certificati (ad esempio secondo lo standard FSC®, Forest Stewardship Council, per la carta) o bio-based (ad esempio la plastica proveniente da fonti vegetali) presenta un andamento crescente negli ultimi tre anni e copre più del 40% del totale.

PACKAGING UTILIZZATO PER TIPOLOGIA



I materiali maggiormente utilizzati nel packaging sono alluminio e banda stagnata, impiegati soprattutto per i prodotti alimentari. A seguire, carta e plastica, utilizzate principalmente in ambito Home & Personal Care.

I NOSTRI PRINCIPALI PROGETTI

LA SCELTA DI MATERIE PRIME SOSTENIBILI

La sostenibilità di un prodotto si costruisce sin dalla fase di progettazione. La scelta delle materie prime, è uno snodo fondamentale per garantire che il prodotto finale rispetti criteri di tutela dell'ambiente da cui le risorse sono prelevate e criteri di sicurezza in fase di utilizzo da parte dei consumatori.

Per questo motivo, nel corso del 2019 abbiamo iniziato i lavori per la definizione di una **Raw Materials Policy** di Bolton Group. Date le diverse tipologie di business in cui il nostro Gruppo opera, le regole di gestione delle materie prime prevedono alcune linee guida generali, alle quali le nostre Business Unit (Food, Adhesives, Home & Personal Care e Beauty Care) faranno riferimento per lo sviluppo futuro delle proprie specifiche policy in funzione delle materie prime acquistate. In linea generale, l'obiettivo è definire da un lato quali sono gli ingredienti che non vogliamo più utilizzare, perché considerati critici dal punto di vista ambientale e/o della sicurezza, dall'altro stabilire i criteri di acquisto per elevare il grado di sostenibilità delle nostre materie prime.

La policy di Gruppo sarà resa pubblica entro il 2020, ma nel frattempo sta già orientando il lavoro delle nostre aziende: nel 2019 abbiamo lavorato allo sviluppo di alcune policy specifiche per le nostre Business Unit, come ad esempio la Policy sulle carni rosse che, infatti, è stata aggiunta a quelle già presenti in campo alimentare e relative a tonno, sgombri, salmone e sardine. Al suo interno sono inseriti i criteri che chiediamo ai nostri fornitori di rispettare nelle attività di allevamento in diversi ambiti di azione, come il benessere animale e la riduzione degli impatti ambientali.

FORMULE PIÙ SOSTENIBILI

I numerosi progetti di miglioramento della sostenibilità delle materie prime hanno interessato tutte le categorie nelle quali operiamo.

Nella divisione Adhesives abbiamo sviluppato **Wood Max**, un adesivo da costruzione di alta qualità per legno con una formula a base polimerica unica, privo di poliuretano e solventi. Per sottolineare l'unicità e il livello di innovazione di questo prodotto, la formula Wood Max ha recentemente ottenuto un brevetto dall'Eurasian Patent Organization ed è in attesa di quello europeo.

Anche in ambito Home & Personal Care abbiamo continuato a lavorare per aumentare la sostenibilità dei nostri prodotti, utilizzando ingredienti naturali e sicuri per la salute e per l'ambiente.

Il detergente per la casa **Carolin Nature** è per il 99% di origine naturale, sono utilizzati oli essenziali nella formulazione della fragranza, tutti i tensioattivi sono di origine naturale, non ci sono conservanti e la formula è dermatologicamente testata.

Ci stiamo impegnando a produrre solari che siano rispettosi dell'ambiente marino. Nello specifico, dal 2019 la linea **Bilboa Viso** utilizza filtri solari a ridotto impatto per la biodiversità marina e privi di octinoxate e oxybenzone, riconosciuti corresponsabili dello sbiancamento dei coralli.

A testimoniare come l'attenzione all'ecosistema marino sia molto alta, anche **Collistar** nel Beauty Care ha avviato un progetto di ricerca con l'Università Politecnica delle Marche, finalizzato a sviluppare una nuova linea di solari di cui il 55% già ecocompatibile.

Il detergente intimo extra-dolce **Rogé Cavaillès** ha oggi il 97% di ingredienti di origine naturale, è senza saponi, senza solfati, senza PEG[5] e utilizza solo conservanti sicuri, impiegati in ambito alimentare. Queste caratteristiche sono state riconosciute dalla nota app francese Yuka, che valuta la sostenibilità e sicurezza dei prodotti, presso la quale ha ottenuto il punteggio massimo.

Infine, l'acquisizione nel 2019 del marchio **Omia Laboratoires** testimonia la nostra attenzione a una formulazione sempre più naturale. Tutte le formule di questi prodotti cosmetici e per la cura ed igiene personale sono a base di ingredienti di origine naturale, di qualità premiata dal mercato, sviluppate nei propri laboratori di ricerca.

[5] Sostanza emulsionante utilizzata in cosmetica derivante dal petrolio, criticata per i possibili rischi sulla salute.

99%
ORIGINE NATURALE PER GLI INGREDIENTI DEI DETERSIVI CAROLIN NATURE

97%
ORIGINE NATURALE PER GLI INGREDIENTI DEI DETERGENTI INTIMI EXTRA-DOUX ROGÉ CAVAILLÈS

Marine Stewardship Council (MSC) È un'organizzazione internazionale, indipendente e senza scopo di lucro la cui missione è **salvaguardare le risorse marine** e sostenere la **gestione sostenibile della pesca**. Per fare ciò, ha stabilito uno standard di sostenibilità della pesca attraverso il quale determina se un'attività di pesca è ben gestita e sostenibile. Questa certificazione valuta tre principi chiave:

1. La sostenibilità degli stock di tonno e la salute degli stock
2. Minimizzazione dell'impatto ambientale e migliori pratiche di pesca
3. La gestione efficace e trasparente dell'attività di pesca.

TRASPARENZA DELLA FILIERA

Uno dei nostri impegni riguarda la tracciabilità della filiera, la cui sostenibilità deve essere tangibile dal punto di vista sia ambientale che sociale.

Per questo motivo, la divisione Food è dotata da anni di un avanzato sistema di tracciabilità interamente digitale e conforme allo **standard ISO 22005:2008**. Il sistema permette di rintracciare ogni lattina di tonno, dall'area di pesca fino allo scaffale del supermermercato. I dati collegati ai lotti di pesca includono la specie di tonno, il peschereccio, le zone di pesca e i metodi utilizzati, così come eventuale pesca in area certificata **MSC** e l'appartenenza del lotto a fishery in cui vengono sviluppati progetti di miglioramento **(FIP – Robust FIP)** per una pesca più sostenibile. Inoltre, da ottobre 2017 è operativa un'integrazione automatica tra il Portale Fornitori e i sistemi di tracciabilità interna dell'impianto di Cermenate, che ci consente di stampare automaticamente le informazioni sulla provenienza e il metodo di pesca sul packaging esterno nel momento stesso della produzione.

In ambito tracciabilità, abbiamo preso parte al **progetto di WWF e Navama** per migliorare la gestione della pesca nel mondo, creare maggiore trasparenza e aumentare la conoscenza sui metodi di pesca sostenibile. Come parte di questo progetto, ogni sei mesi pubblichiamo i dati di navigazione delle nostre navi sul sito transparentsea.org. Siamo i primi ad aver reso pubblici i dati di navigazione, a dimostrazione del nostro impegno alla trasparenza soprattutto nella fase di approvvigionamento.

La trasparenza della filiera è essenziale anche in ambito cosmetico. Nei nostri prodotti a marchio **Collistar** utilizziamo solo mica certificata Responsible Mica Initiative, una azione finalizzata ad assicurare che la catena di fornitura della mica sia responsabile, promuovendo condizioni di lavoro dignitose e rispettose dei diritti umani.

22005
CERTIFICAZIONE ISO PER LA TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA ITTICA

Fishery Improvement Project (FIP)
Un FIP, per essere identificato come "robusto", deve rispondere a specifici criteri: deve essere valutato da un ente esterno, **lanciato pubblicamente**, implementato secondo le linee guida FIP e avere in atto un **piano di miglioramento per il futuro**.

PESCA SOSTENIBILE E PARTNERSHIP CON WWF

Nel 2009 siamo stati tra i **membri fondatori della International Seafood Sustainability Foundation (ISSF)**, un'organizzazione globale non-profit che riunisce i più autorevoli scienziati, biologi marini e diverse ONG, tra cui WWF International. L'obiettivo di ISSF è la conservazione e l'uso sostenibile del tonno, attraverso pratiche basate su solidi dati scientifici e la collaborazione da parte di tutti gli attori operanti nell'industria del tonno. In particolare, ISSF ha recentemente promosso l'adozione di due nuove misure di conservazione: la prima, volta a migliorare la trasparenza degli attori che operano nel settore della pesca, prevede che vengano rese pubbliche le percentuali di approvvigionamento; la seconda, finalizzata a diffondere pratiche di FAD management (FAD - Fishing Aggregating Device), richiede di condurre transazioni esclusivamente con purse seiner che adottino politiche pubbliche di FAD management.

Nel 2019, il 67% di pescato è stato ottenuto da approvvigionamento responsabile, con il tonno che ha raggiunto una percentuale pari a circa il 70%.

Questo importante risultato è stato raggiunto grazie al riconoscimento della filiera in Indonesia per handline e pole&line come FIP (Fishery Improvement Project) "robusto". Ciò ha permesso un notevole passo avanti nella nostra roadmap verso l'obiettivo di tonno 100% pescato in fishery certificate MSC (Marine Stewardship Council) o interessate da progetti di miglioramento della pesca (FIPs) "robusti" entro il 2024, contribuendo ad aumentare la diversificazione delle aree e dei metodi di pesca utilizzati.

Nell'ambito della **partnership con WWF** Italia e WWF International sull'approvvigionamento responsabile delle risorse ittiche che coinvolge i nostri brand Rio Mare, Palmera e Saupiquet, nel 2019 abbiamo dedicato particolare attenzione all'educazione al consumo sostenibile con campagne di comunicazione sul web e nei punti vendita, sottolineando l'importanza della certificazione MSC e sulle attività congiunte per migliorare la sostenibilità della pesca. La campagna di comunicazione, inizialmente partita dall'Italia, è stata estesa in Austria, Croazia e Slovenia.

RIO mare · CUCA · ISABEL · PALMERA · Saupiquet

70%
TONNO DA PESCA RESPONSABILE

63%
SGOMBRO DA PESCA RESPONSABILE

49%
SARDINE DA PESCA RESPONSABILE

WWF — INSIEME PER UNA PESCA SOSTENIBILE — RIO mare

VERSO UN MINOR IMPATTO DEL PACKAGING

In un contesto internazionale attento allo sviluppo di modelli sostenibili di produzione e di consumo, incentrati anche sull'economia circolare, come Bolton Group ci impegniamo a ridurre l'impatto ambientale del packaging sviluppando soluzioni sostenibili.

Nel 2019 abbiamo adottato la **Packaging Policy,** definita in linea con quanto espresso da enti riconosciuti a livello internazionale come la Ellen MacArthur Foundation. La policy stabilisce criteri che tutti i nostri marchi si impegnano a rispettare, al fine di garantire una gestione più sostenibile con riferimento ai materiali di confezionamento principalmente utilizzati: carta, cartone, materiali plastici e di metallo (alluminio e banda stagnata).

Il nostro approccio per una gestione responsabile dei materiali usati per il packaging, segue le "5R" per identificare le azioni virtuose da mettere in atto per contribuire all'economia circolare.

RETHINK:
utilizzare materiali riciclabili, riutilizzabili, compostabili, o, come ultima scelta, recuperabili per produrre energia; incoraggiare anche i consumatori al riciclo e riutilizzo.

RENEW:
per il lancio di nuovi prodotti, prediligere materiali provenienti da risorse rinnovabili che possano ridurre l'impronta ambientale del packaging lungo tutto il ciclo di vita dei nostri prodotti.

RECYCLE:
per il lancio di nuovi prodotti, prediligere materiali riciclati.

REDUCE:
per il lancio di nuovi prodotti, verificare che i materiali utilizzati siano più leggeri.

REMOVE:
ridurre i materiali utilizzati per il packaging ed eliminarlo laddove possibile.

Source: Bolton Group Packaging Policy 2019

Nordic Swan Ecolabel
La Nordic Swan Ecolabel nasce nel 1989 dal Nordic Council of Ministers (che riunisce Danimarca, Norvegia, Svezia, Islanda, Finlandia) con l'obiettivo di creare un sistema di etichettatura dei prodotti per **promuovere il consumo di prodotti ecosostenibili**. Nordic Ecolabel analizza l'intero ciclo di vita e i consumi energetici e idrici, le fonti di materie prime, i componenti chimici, i materiali di scarto e i rifiuti prodotti.

PACKAGING SOSTENIBILE NEI PRODOTTI ADESIVI

UHU ReNATURE, che include UHU stic e UHU twist & glue, è la nostra linea di prodotti adesivi pensati in ottica di sostenibilità a 360 gradi, dalle formulazioni al packaging.

Anche nel 2019 è continuato il lavoro su UHU twist & glue ReNATURE, che oggi è la prima colla in un flacone composto dall'88% di bioplastica da materiali di origine naturale e con il cartoncino del packaging secondario riciclato al 90%. Inoltre, la formulazione è composta al 70% da ingredienti naturali (inclusa l'acqua) e solvent free: rispetto a un flacone convenzionale di UHU twist & glue, questo significa una riduzione del 46% di emissioni di CO_2 e una riduzione del 45% di combustibili fossili utilizzati nella produzione[6].

Dal 2014 ad oggi, la linea UHU ReNATURE ha ricevuto importanti riconoscimenti internazionali del nostro impegno verso la sostenibilità e nel 2019, per la seconda volta di seguito, UHU twist & glue ReNATURE si è meritato il premio dell'organizzazione Green Brands, che sostiene brand, aziende e iniziative sostenibili.

UHU twist & glue ReNATURE, inoltre, ha ottenuto il Nordic Swan Ecolabel, uno dei marchi di sostenibilità più riconosciuti nei Paesi nordici. Il suo obiettivo è ridurre l'impatto ambientale dei prodotti, dalla produzione al consumo, aiutando i consumatori a scegliere alternative più sostenibili. Per apprezzare il valore di questo traguardo, va considerato come UHU twist & glue ReNATURE sia l'unico prodotto adesivo nell'ambito della cancelleria ad aver ottenuto questo marchio.

UTILIZZO DI PLASTICA RICICLATA

In linea con la nostra Policy sul packaging, stiamo progressivamente incrementando la quantità di plastica riciclata nei nostri imballaggi.

I progetti principali del 2019 hanno riguardato principalmente i prodotti per la cura del bucato e della casa. Nel corso dell'anno è stato lanciato il nuovo flacone di **Wc Net Natural Power**, prodotto con il 50% di plastica riciclata post-consumer, mentre la tavoletta Style utilizza il 100% di plastica riciclata (rPP). In Francia, invece, abbiamo lanciato un nuovo flacone del detergente **Carolin Nature** prodotto al 100% in rPET e completamente riciclabile.

[6] Rispetto allo standard UHU stic in media su tutto il ciclo di vita (calcolato da denkstatt/Vienna, Aprile 2013)

1°
ADESIVO AD OTTENERE
LA NORDIC SWAN ECOLABEL

Complessivamente, nel 2019 abbiamo introdotto nei nostri prodotti Home & Personal Care 60 tonnellate di plastica riciclata post-consumer (pari al peso di circa 50 automobili).

In ambito Adhesives, inoltre, continua il nostro impegno nella riduzione di plastica vergine a favore di materiali riciclati, che ha portato nel 2019 a raggiungere l'11% di plastica riciclata post industrial nei nostri packaging.

RIDUZIONE DEI PESI DEGLI IMBALLAGGI

Continuando sulla strada già intrapresa, abbiamo ulteriormente ridotto il peso dei nostri imballaggi.

Il nostro impegno è stato riconosciuto nell'ambito del Bando Prevenzione Conai 2019, che ha premiato ben tre progetti: la sostituzione dell'imballo esterno di **Sachet Somatoline Cosmetic**, che ci ha permesso di ridurre del 40% il peso del cartone utilizzato e di aumentare il numero di sachet contenuti in un pallet; le modifiche della struttura degli espositori di **WC NET Tavolette e dei trigger Vetril e Smac**, hanno permesso la riduzione del peso della cartotecnica utilizzata di circa il 20% e di aumentare le unità di vendita contenute in un espositore; infine, Rio Mare ha ricevuto il premio CONAI per il 4° anno consecutivo ottenendo anche il "Premio Speciale" per la riduzione dell'alluminio nel packaging de
Le Insalatissime Rio Mare, passando da uno spessore di 0,24 mm a 0,22 mm. Quest'ultima iniziativa ci ha permesso di risparmiare complessivamente 30 tonnellate di alluminio nel 2019, il quantitativo necessario per produrre circa 2,9 milioni di lattine.

Grazie all'eliminazione di un componente, invece, nei prodotti a marchio **Collistar** abbiamo ridotto l'alluminio utilizzato nei packaging, con una riduzione di circa 150 kg, pari alla quantità di alluminio necessari per fabbricare 75 telai per bicicletta. Abbiamo anche eliminato la paletta corpo da tutti gli scrub, con una riduzione della plastica utilizzata rispetto al 2017 di 457 kg, pari a circa 40.000 bottigliette di plastica da 0,5 litri.

Infine, è stato ridotto del 10% il peso dei flaconi dei bagnoschiuma **Neutro Roberts**, portando a un risparmio di 38 tonnellate di plastica, equivalenti a circa 3.800.000 bottigliette di plastica da 0,5 litri.

+60
TONS DI PLASTICA RICICLATA IMPIEGATE NEI PRODOTTI HOME & PERSONAL CARE

-30
TONS DI ALLUMINIO GRAZIE A UNA RIDUZIONE DEGLI SPESSORI DELLE INSALATISSIME RIO MARE

-38
TONS DI PLASTICA GRAZIE ALLA RIDUZIONE DEL PESO DEI FLACONI BAGNOSCHIUMA NEUTRO ROBERTS

CARTA A ZERO DEFORESTAZIONE

Nel 2019 abbiamo raggiunto l'importante traguardo del 100% di carta a zero deforestazione (certificata FSC® o riciclata) per il packaging di Collistar. Inoltre, tutta la linea Somatoline Cosmetic Corpo ha eliminato la plastificazione degli astucci, ha rimosso i leaflet illustrativi e utilizza solo carta certificata.

Il marchio FSC® identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

Per i prodotti Collistar, coerentemente con la nostra politica di sostenibilità del packaging, abbiamo eliminato il foglietto illustrativo in alcune referenze, con una riduzione del 40% dei foglietti illustrativi, pari a 10 tonnellate di carta (per la cui produzione sarebbe stato necessario tagliare circa 25 alberi). Nei casi in cui il foglietto illustrativo è ancora presente, utilizziamo carta certificata FSC®.

Inoltre, anche con il marchio Simmenthal abbiamo raggiunto l'importante traguardo del 100% di carta a zero deforestazione (certificata FSC® o riciclata) per il packaging di tutto il portfolio di prodotti.

RICICLABILITÀ DEGLI IMBALLAGGI

In linea con la nostra Packaging Policy, abbiamo definito dei criteri di riferimento nella fase di progettazione, con l'obiettivo di offrire prodotti con **packaging riciclabile**.

A tal fine, abbiamo inserito il pre-taglio su quasi tutte le etichette dei flaconi delle linee dei prodotti per la cura della casa, al fine di permetterne la rimozione prima del conferimento alla raccolta differenziata. Ciò consente di implementare un processo di riciclo più virtuoso e con maggiori garanzie di efficienza e purezza della materia prima derivante. Il nostro obiettivo è avere solo sleeve con pre-taglio nel 2020.

Nel Beauty Care, abbiamo ideato un espositore Collistar per **Terra Abbronzante Effetto Seta** realizzato con carta certificata FSC®, cartone ondulato 100% riciclato e con una plastificazione di pura cellulosa biodegradabile. L'espositore è interamente separabile nelle sue componenti, in modo da consentirne il corretto smaltimento. Sull'espositore, inoltre, sono presenti chiare indicazioni per aiutare a separare correttamente le componenti.

100%

CARTA RICICLATA O CERTIFICATA FSC®
PER IL BRAND COLLISTAR

2019
ADOZIONE DEL VESSEL CODE OF CONDUCT

DIRITTI UMANI

Il tema dei diritti umani è particolarmente rilevante nel settore della pesca.

In Spagna il nostro brand di tonno Isabel è stato il primo marchio al mondo ad ottenere un prodotto certificato APR – AENOR Conform. La certificazione APR garantisce il controllo completo dell'attività di pesca, la sicurezza e le migliori condizioni sociali e lavorative, secondo lo standard 188 dell'International Labour Organisation (ILO). Inoltre, assicura che la pesca del tonno sia parte di un programma di miglioramento completo, affinché si possano seguire le pratiche ambientali più avanzate, prevenire la pesca illegale e garantire la sicurezza marittima e alimentare secondo gli standard europei.

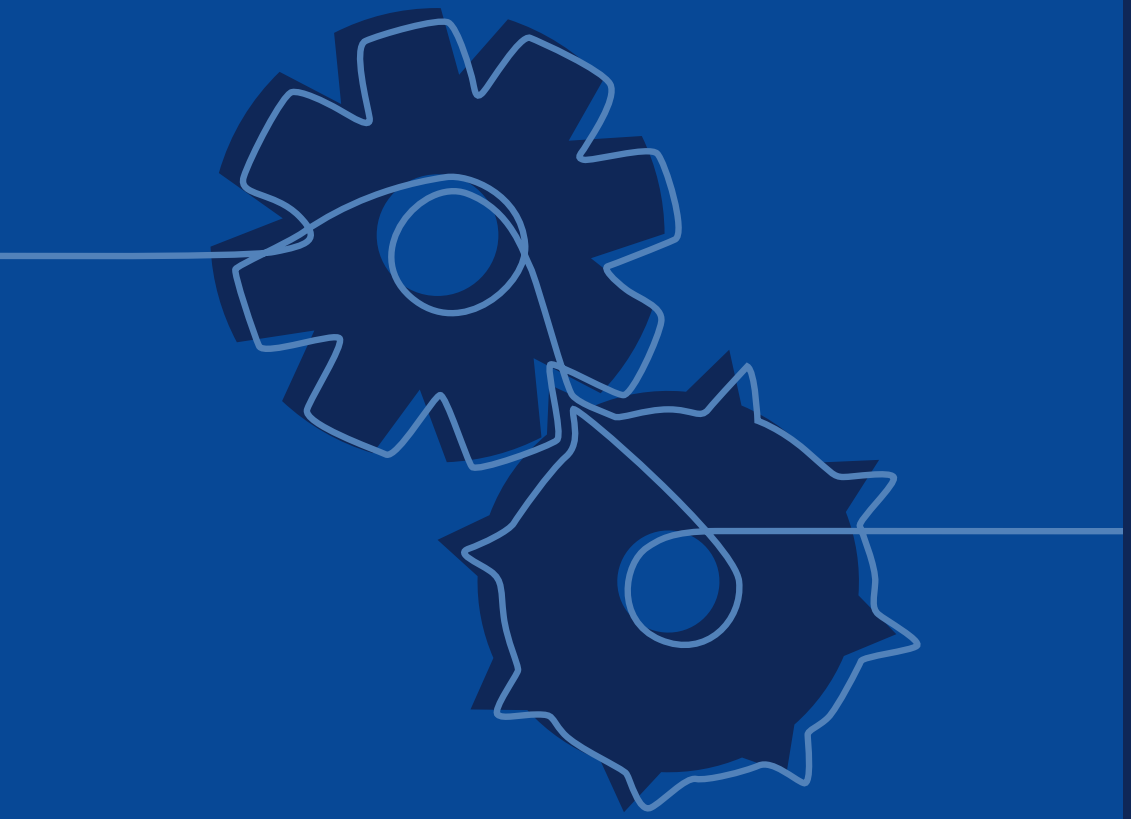
Nel 2019 abbiamo sviluppato due policy fondamentali per la pesca. Entrambe sono state rese pubbliche, condivise e adottate da tutti i nostri fornitori.

La Tuna Policy, aggiornata nel corso del 2019, regolamenta l'attività di pesca e tutto ciò che vi è collegato, stabilendo precisi criteri basati sulle misure di conservazione dell'ISSF, sia per quanto riguarda l'impatto ambientale, ovvero la scelta di metodi di pesca più sostenibili, sia per quanto riguarda il rispetto dei diritti umani in tutta la filiera.

Il Vessel Code of Conduct, redatto tenendo conto dei principi stabiliti dalla ILO convention e dalla Seafood Task Force, regolamenta e tutela i diritti umani sulle navi, individuando un set di criteri come la libertà di associazione, il salario minimo e la lotta al lavoro forzato e minorile, che tutti i fornitori si impegnano a garantire.

I diritti umani richiedono un riguardo particolare nel settore della pesca, ma la nostra attenzione a questa tematica è trasversale a tutto il Gruppo. Abbiamo comunicato i contenuti della Policy di Gruppo sui diritti umani a tutti i nostri dipendenti, clienti e fornitori. Con particolare riferimento a questi ultimi, annualmente sono coinvolti in un processo di monitoraggio tramite specifiche attività di valutazione, per garantire il rispetto dei criteri definiti nella Policy di verifica delle performance.

1°
AL MONDO, IL MARCHIO ISABEL AD OTTENERE LA CERTIFICAZIONE APR (ATÚN DE PESCA RESPONSABLE)



5.0
PRODUCTION

5.1 Il nostro approccio 35
5.2 Le nostre performance 36
5.3 I nostri principali progetti 38
5.3.1 La riduzione dei consumi 38
5.3.2 L'ottimizzazione della logistica 40
5.3.3 La riduzione dei rifiuti 41

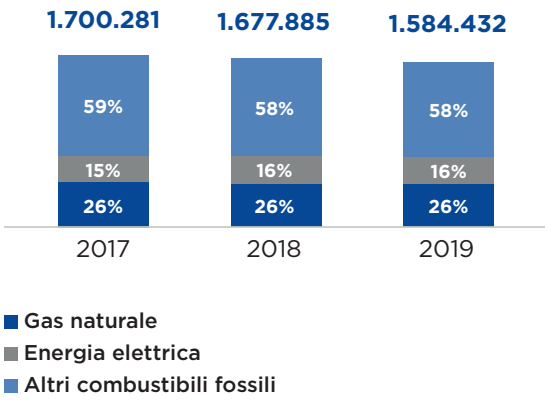
IL NOSTRO APPROCCIO

Sempre di più concentriamo la nostra attenzione sui processi di innovazione e produzione, con l'obiettivo di realizzare prodotti di qualità attraverso processi produttivi sostenibili e a ridotto impatto ambientale.

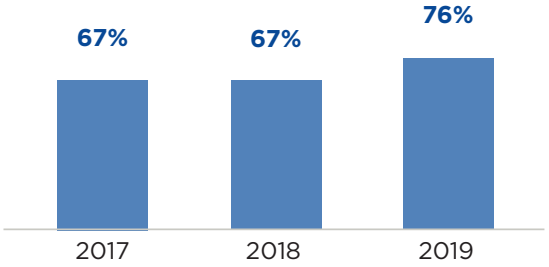
LE NOSTRE STRATEGIE	I NOSTRI OBIETTIVI
Incorporiamo la sostenibilità nei nostri processi d'innovazione	**Lancio di nuovi prodotti con ingredienti e packaging ottimizzati** dal punto di vista ambientale
Massimizziamo il recupero degli scarti	**100% rifiuti riciclati o recuperati** (obiettivo *Zero Landfill*)
Miglioriamo l'impatto ambientale dei nostri stabilimenti e delle nostre navi da pesca	**Riduzione delle emissioni di CO_2 in atmosfera** grazie all'utilizzo di energia elettrica unicamente da fonti rinnovabili e al miglioramento dell'efficienza energetica nelle nostre attività produttive
Adottiamo sistemi di gestione ISO	**100% degli stabilimenti certificati** secondo le principali norme ISO di riferimento (ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001)

LE NOSTRE PERFORMANCE

CONSUMI ENERGETICI COMPLESSIVI (GJ)

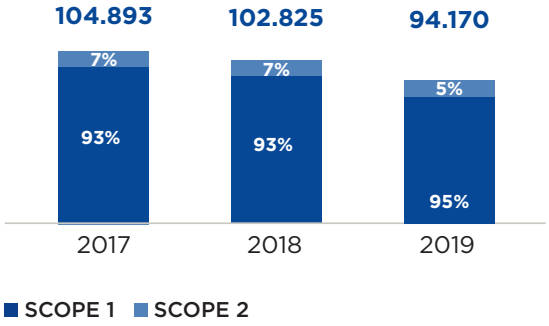


ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI

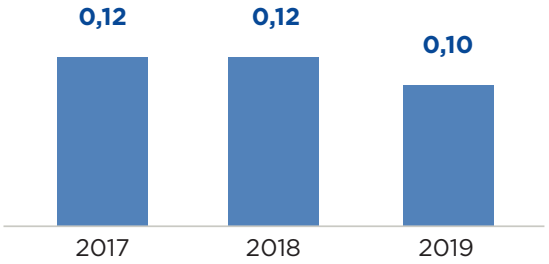


L'utilizzo di combustibili fossili, utilizzati prevalentemente per la navigazione delle 7 flotte di proprietà, copre oltre il 58% dei consumi energetici totali, il 26% è rappresentato da gas naturale e il restante 16% da energia elettrica.
Il 76% di quest'ultima proviene da fonti rinnovabili. L'incremento rispetto al 2018 deriva dalla conversione a fonti rinnovabili di tre stabilimenti del Gruppo, due Food ed uno Adhesives.

EMISSIONI DI CO_2 IN ATMOSFERA (tCO_2 eq)

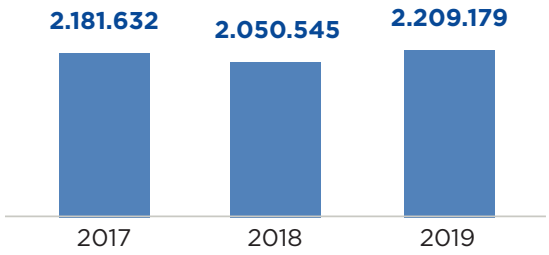


EMISSIONI DI CO_2 SU PRODOTTO FINITO (tCO_2 /t)

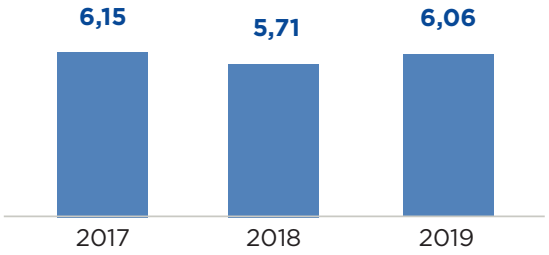


La riduzione in valore assoluto delle emissioni dirette di CO_2 in atmosfera (Scope 1) deriva dalla diminuzione delle rotte di pesca delle nostre imbarcazioni. Grazie ai progetti di efficienza e di utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili, invece, abbiamo ridotto le emissioni indirette di CO_2 (Scope 2) e l'emission intensity index, che misura le emissioni dei nostri stabilimenti produttivi rispetto al totale della produzione.

CONSUMI IDRICI TOTALI (m^3)

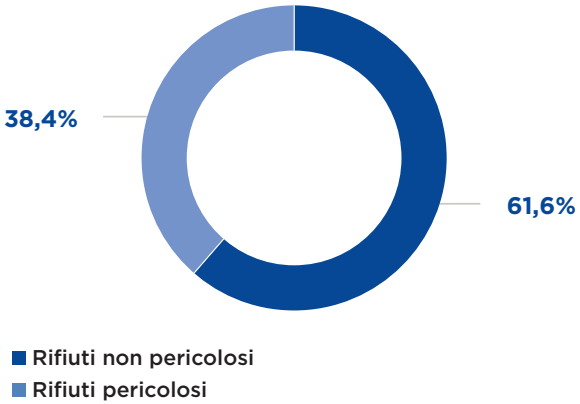


ACQUA CONSUMATA PER PRODOTTO FINITO (m^3/t)

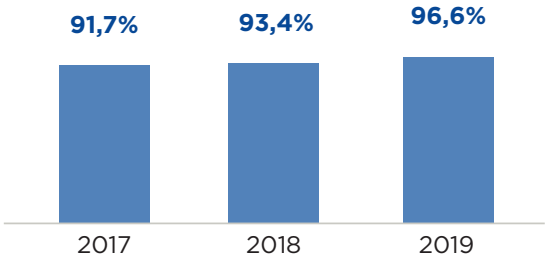


Nonostante un trend in calo fino al 2018, nel 2019 si è registrato un aumento dei consumi idrici. Ciò è dovuto principalmente alla contaminazione dell'acqua della rete municipale in Ecuador, causata da eccessive precipitazioni, ad un maggior utilizzo di acqua per migliorare la qualità di alcuni prodotti alimentari e alla costruzione di un nuovo impianto di osmosi in un nostro stabilimento Food. Il water intensity index, l'indice che misura il quantitativo di acqua utilizzata per prodotto finito, è aumentato di conseguenza.

SUDDIVISIONE TRA RIFIUTI PERICOLOSI E NON PERICOLOSI



RIFIUTI RICICLATI O RECUPERATI



Molti dei rifiuti generati dalle nostre attività sono legati alla produzione alimentare e di conseguenza la maggior parte è di tipo non pericoloso. La quantità di rifiuti riciclati o recuperati, cioè non destinati alla discarica, è aumentata nell'ultimo triennio e corrisponde, nel 2019, a quasi il 97% del totale.

I NOSTRI PRINCIPALI PROGETTI

LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

CONSUMI ENERGETICI

Nel corso del 2019 abbiamo adottato numerose misure che ci hanno permesso di rendere più efficienti e sostenibili i nostri siti produttivi.

Grazie al nuovo **impianto di tri-generazione**, presso lo stabilimento di produzione Rio Mare di Cermenate oggi possiamo autoprodurre energia elettrica, termica e frigorifera. L'idea nasce nel 2017 da un'iniziativa del reparto Engineering per ridurre i costi energetici e l'impatto ambientale derivante dall'utilizzo di combustibili tradizionali. L'iniziativa ha coinvolto aziende specializzate al fine di identificare la soluzione tecnica migliore per le caratteristiche dell'impianto: un tri-generatore di taglia medio-grande rispetto al parco attualmente installato in Italia, con una potenza elettrica di circa 2700 kW, termica di 900 kW e frigorifera di circa 1100 kW. In particolare, il calore derivante dalla produzione di energia elettrica viene recuperato da una caldaia per la produzione di vapore e da un impianto per la produzione di acqua refrigerata grazie a un utilizzo ottimale dell'energia e del gas naturale. Questo intervento ha permesso un risparmio di energia elettrica su base mensile del 5%. Inoltre, l'installazione del cogeneratore ci **consente di autoprodurre più del 50% del fabbisogno mensile di energia elettrica**.

Abbiamo implementato diverse misure per ridurre i consumi energetici anche nel sito produttivo della divisione Home & Personal Care di Nova Milanese, dedicato ai prodotti per la cura della casa e del bucato. Nei reparti di produzione abbiamo installato una macchina per l'applicazione delle etichette (sleeveratrice) che **utilizza vapore prodotto da gas metano anziché da energia elettrica** e nella sala compressori è ora previsto un sistema automatico che ne ottimizza l'utilizzo in base al reale fabbisogno.

Per quanto riguarda l'illuminazione, sta proseguendo la sostituzione delle lampade a ioduri metallici nei magazzini con lampade a LED. Abbiamo ridotto le dispersioni termiche attraverso la compartimentazione del reparto confezionamento e la sostituzione degli infissi degli uffici. Complessivamente, grazie ai diversi interventi apportati nel 2019, nel plant di Nova Milanese i nostri **consumi di energia sono diminuiti del 10%** rispetto al 2018.

Sempre nella divisione Home & Personal Care, nello stabilimento di Calenzano (dedicato ai prodotti per la cura della persona) abbiamo effettuato interventi di carattere energetico: abbiamo sostituito gli scaricatori di condensa della rete del vapore, riducendo il consumo di gas metano di 25.000 m^3 in un anno e abbiamo sostituito le lampade alogene di illuminazione esterna con lampade a LED, ottenendo un **risparmio di energia elettrica pari a 50.000 kWh** (in un anno, equivalente al consumo annuo medio di 18 famiglie di 3-4 persone). Anche in questo caso, grazie alle iniziative in atto, abbiamo riscontrato una diminuzione dei consumi energetici complessivi pari a circa il 5% rispetto al 2018.

-14%
CONSUMI ENERGETICI NEGLI STABILIMENTI HOME & PERSONAL CARE

50%
ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA GRAZIE AL NUOVO IMPIANTO DI COGENERAZIONE NELLO STABILIMENTO A CERMENATE

-14%
EMISSIONI DI CO_2 NEI NOSTRI STABILIMENTI PRODUTTIVI

100%
ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI IN ITALIA, FRANCIA E OLANDA

In generale, continuiamo a impegnarci per aumentare l'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili in tutti i nostri impianti. Dal 2019, per esempio, negli stabilimenti dedicati alla produzione di conserve ittiche in Spagna e nell'impianto di prodotti adesivi in Olanda utilizziamo **solamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili**.

CONSUMI IDRICI

Nei nostri stabilimenti di prodotti alimentari, abbiamo introdotto una serie di misure volte a **ridurre il consumo di acqua** o la sostituzione dei prelievi da acquedotto con pozzi.

Nel sito produttivo di Isabel di Manta (Ecuador) nel 2019 è diventato operativo un sistema di trattamento dell'acqua a osmosi inversa che permette di utilizzare nei processi produttivi l'acqua prelevata dai pozzi, dopo essere adeguatamente trattata per gli usi dell'industria alimentare. In questo modo è possibile ridurre il prelievo di acqua dall'acquedotto di 1000 mc al giorno e quindi non si incide sulla risorsa idrica trattata per essere resa potabile e adeguata all'uso umano. Al fine di potenziare tale attività, è stato aperto un nuovo pozzo, in aggiunta a quello presente, che permette allo stabilimento produttivo di disporre dell'acqua necessaria senza alcun accesso all'acquedotto.

Anche nel sito di Isabel di Agadir stiamo valutando alternative all'utilizzo dell'acqua da acquedotto. In particolare, è al vaglio l'installazione di un nuovo sistema di raffreddamento a torre evaporativa che riutilizzi l'acqua dai processi produttivi nel ciclo di sterilizzazione, al posto di quella prelevata dalla rete municipale. In questo modo si potrà ridurre il consumo di acqua di circa il 10%, una percentuale notevole specialmente in una zona a maggiore scarsità idrica rispetto ad altre aree in cui operiamo.

Sempre ad Agadir, nel 2019 è stato installato un nuovo sistema di depurazione delle acque di scarico, che permette un maggior controllo sul rispetto dei parametri di riferimento per le acque reflue.

+1
NUOVO SISTEMA DI DEPURAZIONE DELLE ACQUE DI SCARICO (NELLO STABILIMENTO DI AGARDIR)

-17%
CONSUMI IDRICI NELLA BUSINESS UNIT HOME & PERSONAL CARE

-7

TONS DI CO_2 GRAZIE
ALL'INTRODUZIONE DI VEICOLI A GNL

L'OTTIMIZZAZIONE DELLA LOGISTICA

Anche nel 2019 è stata mantenuta l'attenzione ad una logistica più sostenibile, come già descritto nel report dello scorso anno con riferimento alla divisione di Home & Personal Care.

Nel corso dell'anno la divisione Food ha reso più sostenibili i trasporti, adottando alcune importanti misure. Con la collaborazione di un fornitore di logistica storico, abbiamo introdotto l'utilizzo di **veicoli a ridotto impatto ambientale alimentati a GNL** (Gas Naturale Liquefatto), che consente una combustione con ridottissimi residui solidi rispetto al gasolio, riducendo quindi gli impatti ambientali in atmosfera. I mezzi a GNL sono in servizio da aprile e ci permettono di evitare l'emissione in atmosfera di 7 tonnellate di CO_2 all'anno, oltre a una riduzione del 95% delle emissioni di PM10 rispetto a veicoli Euro 6 di ultima generazione. I veicoli a GNL utilizzati al momento sono due, ma il nostro obiettivo è di aumentarne il numero nei prossimi anni. Inoltre, abbiamo lavorato per ottimizzare i trasporti dei prodotti fra i nostri magazzini, con l'obiettivo di effettuare trasporti solo a pieno carico e ridurre gli spostamenti, con conseguente riduzione delle emissioni in atmosfera.

Con l'inaugurazione del nuovo centro logistico dei prodotti adesivi a Greffern, in Germania, le attività logistiche sono riunite in una struttura all'avanguardia, studiata per rendere ancora **più efficienti i processi di logistica e di prelievo degli ordini** insieme a un nuovo sistema di gestione del magazzino. Nella progettazione, sono state considerate misure di risparmio energetico come luci a LED, isolamento delle pareti e del tetto, installazione di una pompa di calore per il riscaldamento e utilizzo di carrelli elevatori con un sistema altamente efficiente di batterie agli ioni di litio.

96%
RIFIUTI RICICLATI O RECUPERATI
NEI NOSTRI STABILIMENTI

LA RIDUZIONE DEI RIFIUTI

Nel 2019 la Business Unit Home e Personal Care ha concentrato l'attenzione alla gestione dei rifiuti. Nello stabilimento di Calenzano abbiamo attivato **progetti di gestione dei rifiuti** finalizzati a ridurre il quantitativo di rifiuti generati dall'attività produttiva, come la sostituzione degli stracci monouso utilizzati per la pulizia delle linee con stracci lavabili in cotone al 100%. L'accordo che abbiamo stipulato con l'azienda fornitrice ci consente di evitare lo smaltimento di 6 tonnellate/anno di rifiuti pericolosi, attraverso il ritiro e riconsegna degli stracci lavati.

Un altro importante passo è rappresentato dall'introduzione di un **sistema di recupero delle glassine**, cioè il supporto delle etichette adesive che vengono applicate sui flaconi dei prodotti, in precedenza smaltite come imballaggi non riciclabili. Ora, nel rispetto dei principi di economia circolare, possiamo recuperare le glassine e inviarle a un impianto di recupero, da dove sono reimmesse nel mercato e utilizzate dalle stesse aziende che ci forniscono le etichette. In questo modo abbiamo eliminato un rifiuto sia dallo stabilimento che dal mercato, creando un circolo virtuoso. Questo progetto internazionale, avviato alla fine del 2019, ci ha già permesso di recuperare 18 tonnellate di glassine e l'aspettativa per il 2020 è di recuperarne circa 150 tonnellate.

Abbiamo introdotto un ulteriore miglioramento legato ai rifiuti di carta, installando nei bagni dello stabilimento asciugamani elettrici, in sostituzione di quelli di carta monouso.

La prosecuzione del **progetto Be green**, che ha l'obiettivo di eliminare la plastica monouso dai nostri ambienti di lavoro, con l'estensione anche ad alcuni stabilimenti oltre alla sede di Milano, ha permesso di eliminare la plastica monouso introducendo distributori di acqua, borracce riutilizzabili e bottiglie di vetro nelle sale riunioni. Bicchieri e palette di plastica, per il consumo di bevande calde e acqua, sono stati sostituiti con prodotti completamente biodegradabili, smaltibili correttamente nell'umido grazie alla presenza di contenitori per la raccolta differenziata.

Con questi interventi, la nostra sede risparmia ogni anno quasi 12 tonnellate di plastica, pari a una riduzione di circa 6 tonnellate di CO_2 emessa, (quanto possono assorbire, in un anno, 915 alberi).

green

-6
TONS DI CO_2 GRAZIE ALL'IMPLEMENTAZIONE
DEL PROGETTO *BE GREEN*

-18
TONS DI RIFIUTI GRAZIE AL RECUPERO
DEI NASTRI PER ETICHETTE NEGLI
STABILIMENTI HOME & PERSONAL CARE

6.0
PEOPLE > LE NOSTRE PERSONE

6.1 Il nostro approccio 43

6.2 Le nostre performance 44

6.3 I nostri principali progetti 46

6.3.1 La salute e la sicurezza delle nostre persone 46

6.3.2 La valorizzazione delle nostre persone e lo sviluppo delle competenze 47

6.3.3 Il coinvolgimento delle nostre persone 48

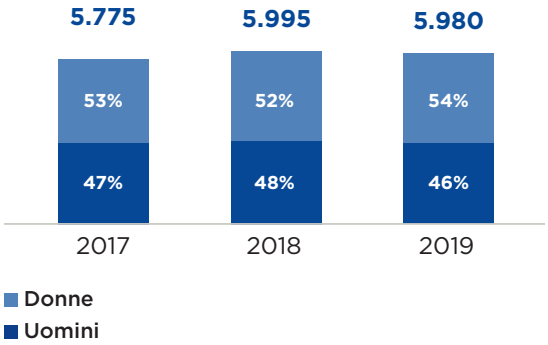
IL NOSTRO APPROCCIO

Per Bolton Group le persone sono un valore primario. Per questo ci impegniamo ad assicurare un ambiente di lavoro sicuro e salubre, nel quale possano sentirsi motivate e sviluppare i propri talenti. In questo contesto, attiviamo modalità strutturate di ascolto delle nostre persone per coinvogerle e farle sentire parte attiva di un Gruppo che cresce grazie all'apporto di ciascuno.

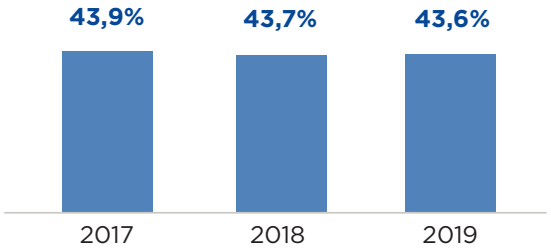
LE NOSTRE STRATEGIE	I NOSTRI OBIETTIVI
Promuoviamo una cultura "Zero infortuni" nei nostri posti di lavoro	Riduzione dell'indice di frequenza e gravità degli infortuni in un'ottica di "zero infortuni"
Promuoviamo le pari opportunità	Promozione della diversità e inclusione in azienda, equilibrando la rappresentanza di genere nelle posizioni apicali
Miglioriamo l'engagement dei dipendenti sul posto di lavoro	Miglioramento del clima aziendale ed estensione di forme di flessibilità (incluso lo smart-working) e di welfare aziendale in tutti i Paesi in cui opera il Gruppo
Sviluppiamo progetti di career management e promuoviamo l'employability	Promozione dello sviluppo del talento aumentando le opportunità di carriera internazionale e intercompany

LE NOSTRE PERFORMANCE

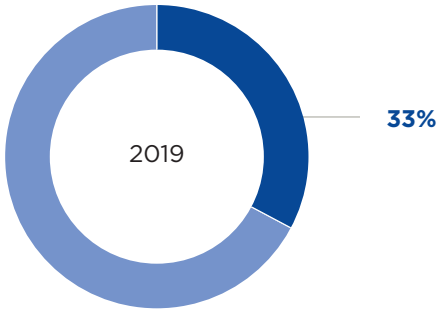
TOTALE DIPENDENTI (n) E RIPARTIZIONE PER GENERE



DONNE TRA I WHITE COLLARS



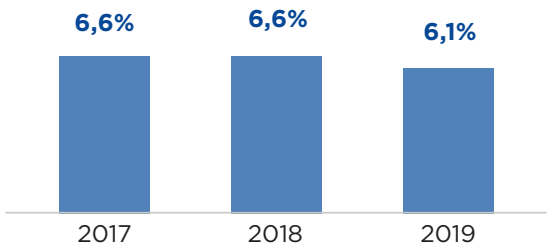
POSIZIONI VACANTI COPERTE DA CANDIDATI INTERNI



Negli ultimi tre anni si è verificata una leggera crescita del numero dei dipendenti, passati da 5.775 nel 2017 a 5.980 nel 2019. La ripartizione tra uomini e donne è rimasta pressoché costante sia a livello complessivo, sia a livello specifico tra i white collars.

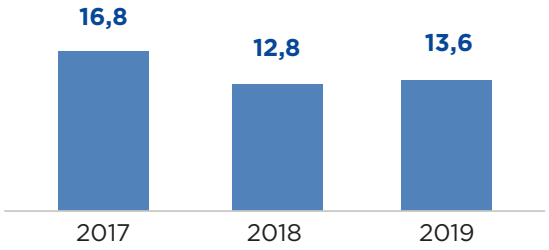
Il percorso di crescita professionale all'interno dell'azienda rappresenta un aspetto fondamentale per noi: nel 2019 il 33% delle posizioni che abbiamo aperto è stato occupato da nostri dipendenti, tramite promozioni o trasferimenti tra le Business Unit del Gruppo.

TASSO DI TURNOVER



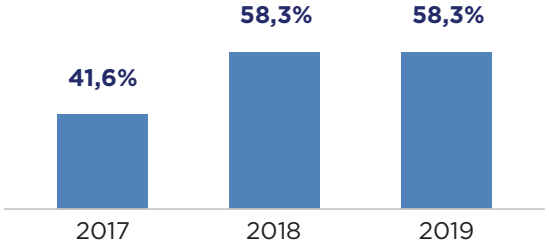
Il grafico rappresenta il tasso di turnover, ovvero il rapporto tra il numero di dipendenti che lasciano l'azienda sul totale dei dipendenti.

ORE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE (n.)



Il grafico rappresenta il valore pro capite delle ore di formazione erogate ai nostri dipendenti nel corso degli ultimi tre anni, con un trend in leggero aumento rispetto al 2018.

STABILIMENTI CERTIFICATI ISO 45001 (SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA)



INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI (n.)

23,7
nel 2019

INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI (n.)

0,29
nel 2019

L'attenzione alla salute e sicurezza dei dipendenti è prioritaria nei nostri luoghi di lavoro. Oltre il 58% dei nostri stabilimenti sono dotati di sistemi di gestione della salute e sicurezza certificati ISO 45001, in crescita rispetto al 2017. Il nostro obiettivo è certificare progressivamente tutti i nostri stabilimenti secondo questo standard.
I due grafici sulla destra rappresentano gli indici di frequenza e di gravità degli infortuni e fanno riferimento esclusivamente al 2019, a causa della standardizzazione delle metriche per la definizione di "infortunio" (qualsiasi evento accidentale sul posto di lavoro che comporti almeno un giorno di assenza).

I NOSTRI PRINCIPALI PROGETTI

LA SALUTE E LA SICUREZZA DELLE NOSTRE PERSONE

Il nostro impegno per garantire la sicurezza nei luoghi di lavoro passa attraverso numerose iniziative.

Nei magazzini dello stabilimento di Calenzano abbiamo introdotto un sistema di **segnaletica luminosa** per ridurre il rischio di incidenti tra carrelli elevatori; è stato installato un nuovo impianto di **sprinkler automatico antincendio e una cappa a flusso laminare** per assicurare condizioni di sicurezza nel caso di manipolazione di sostanze in polvere.

Nel 2019 si è svolta la seconda edizione del **Safety Day** nello stabilimento di Nova Milanese, un modo alternativo e coinvolgente per riflettere sull'importanza della sicurezza. Attraverso una caccia al tesoro a squadre i partecipanti si sono esercitati su diversi temi di salute e sicurezza, come la gestione antincendio, la movimentazione manuale dei carichi e il rischio chimico. È stata organizzata anche una lezione con un postural coach per una corretta postura e i partecipanti sono stati coinvolti anche con attività inerenti al risparmio energetico e alla raccolta differenziata.

Nel 2019 abbiamo organizzato un corso di **guida sicura e sostenibile** per 100 persone della forza vendita Home & Personal Care. L'evento ha approfondito il concetto di "viaggiare in sicurezza", con l'obiettivo di sviluppare la percezione del rischio, la cultura della prevenzione e un modello di guida sicura anche per l'ambiente. Il corso, quindi, ha offerto due moduli complementari: guida sicura ed eco drive, al fine di acquisire specifiche tecniche per il risparmio di carburante e la riduzione dei costi di manutenzione del veicolo. Oltre che sulla parte teorica, i partecipanti si sono cimentati con prove pratiche nell'autodromo di Monza.

Nella Business Unit Food, è stato lanciato un nuovo **piano di azione su salute e sicurezza** finalizzato a definire buone pratiche, omogenee per tutti gli stabilimenti, e ampliare la cultura della sicurezza in tutti i livelli organizzativi. Il piano prevede azioni specifiche per ciascun stabilimento, con l'obiettivo di implementare entro il 2025 in tutti i siti un sistema di gestione della sicurezza certificato ISO 45001, ad oggi presente nel 58% dei nostri stabilimenti. In particolare, il percorso si focalizza sul coinvolgimento dei dipendenti tramite survey e workshop per aumentare la loro consapevolezza, affinché ogni dipendente pensi "lavoro in sicurezza e seguo le regole perché lo voglio fare, non perché devo".

58%
DEGLI STABILIMENTI CERTIFICATI ISO 45001

180
MARKETEERS COINVOLTI
NELLA PRIMA EDIZIONE
DI *BOLTON HACKATHON*

LA VALORIZZAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE E LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Nel 2019 Bolton Group ha consolidato il percorso di talent e performance management finalizzato all'ascolto dei dipendenti e alla valorizzazione dei talenti, con lo scopo di far crescere il Gruppo attraverso lo sviluppo delle proprie persone. Il processo inizia da un'autovalutazione che permette al singolo dipendente di esprimersi e al manager di riferimento di assumere una posizione di ascolto, per proseguire con una fase di riscontro volta a delineare il percorso di crescita professionale. Data l'importanza del ruolo del manager in tutto il processo, a dicembre 2019 è stato avviato un progetto formativo per sviluppare le capacità nell'assegnazione di obiettivi, nelle valutazioni delle prestazioni e nel fornire feedback costruttivi, in modo da contribuire allo sviluppo di piani di miglioramento personalizzati. Il processo di talent e performance management è supportato da una piattaforma informatica, **Success Factor** attualmente utilizzata in Italia, Francia, Germania, Spagna e Olanda, che verrà progressivamente estesa agli altri Paesi.

Digital Community è la piattaforma lanciata nel 2018 per favorire lo sviluppo di competenze di marketing digitale, potenziata nel 2019 con nuovi contenuti. È proprio nell'ambito digital che a dicembre 2019 si è svolta la prima edizione di **Bolton Hackathon**: cinque giornate che hanno permesso ai team di marketing di mettersi alla prova e trovare idee innovative per guidare il cambiamento digitale. Più di 180 marketeers, provenienti dalle Bolton companies di 17 Paesi, sono stati protagonisti di una vera e propria competizione sui nostri brand, un'occasione unica per lavorare insieme con passione, condividere idee e dare vita a soluzioni digitali innovative.

IL COINVOLGIMENTO DELLE NOSTRE PERSONE

Per Bolton Group l'ascolto è alla base del rapporto con i dipendenti e per questo nel 2019 abbiamo lanciato un'indagine interna attraverso la distribuzione del questionario ***Great Place to Work***.
L'indagine è stata organizzata in fase pilota solo in Italia, con il coinvolgimento di 800 dipendenti. I risultati di dettaglio sono in fase di elaborazione[7], ma è stato possibile trarre un'importante conclusione: il tasso di partecipazione estremamente alto (intorno al 90%) dimostra l'apprezzamento di questa iniziativa e fornirà una solida base per lo sviluppo di iniziative future.

800
COLLEGHI COINVOLTI NELL'INDAGINE
DI CLIMA *GREAT PLACE TO WORK*

Per migliorare la comunicazione e la collaborazione, nel corso dell'anno il progetto ***Bolton Digital Workplace*** ha previsto il rinnovo tecnologico delle postazioni di lavoro attraverso la sostituzione dei PC con nuovi dispositivi e l'introduzione di nuovi pacchetti software, basati sulle più recenti soluzioni tecnologiche disponibili. Le nuove dotazioni sono pensate per migliorare la comunicazione e la collaborazione tra colleghi e rendere più flessibile ed efficace il modo di lavorare. Attraverso strumenti cloud sarà più semplice effettuare audio e videochiamate, coinvolgere i team nella partecipazione ai progetti e condividere informazioni e documenti in maniera più rapida ed efficace anche con colleghi e collaboratori esterni, in modo sicuro e da qualunque luogo.

Grazie a Bolton Digital Workplace, Bolton Group ha introdotto un programma di **smart working** in Italia per migliorare la conciliazione lavoro-vita privata. Oltre all'impatto positivo sul benessere dei dipendenti, lo smart-working ha portato con sé altri risultati, per esempio una maggiore efficienza. Il progetto ha consentito di affrontare con grande tempestività l'emergenza COVID-19: lo smart working è stato reso possibile con grande rapidità in tutti i Paesi e ciò ha consentito la continuità delle attività e la protezione della salute delle nostre persone.

Ogni anno Bolton Group organizza l'evento ***Welcome to the Bolton Group***. L'obiettivo dell'evento è stimolare nei partecipanti la motivazione e il senso di appartenenza al momento dell'ingresso nel nostro Gruppo, un'occasione importante nella costruzione della relazione della persona con l'organizzazione. Per rendere l'esperienza ricca e completa, l'evento alterna l'aula a visite sul campo. In aula viene presentato il Gruppo, l'organizzazione, i valori, l'importanza della sostenibilità. Vengono poi svolte due visite, in un punto vendita e in un sito di produzione.

[7] Durante la stesura del presente documento.

WELFARE AZIENDALE

Nel 2019, oltre al programma di welfare aziendale *Bolton for You* per i dipendenti delle società italiane, che offre servizi in ambito medico, per la famiglia e il tempo libero, sono nate nuove iniziative per i nostri dipendenti.

In Ecuador, ad esempio, sono stati estesi i **progetti educativi** già in essere. Sono stati organizzati workshop per ragazzi e allestiti programmi di borse di studio, campi estivi e progetti di supporto alle scuole, coinvolgendo 746 giovani. In particolare, abbiamo contribuito all'ampliamento di una scuola con l'allestimento di una biblioteca, l'installazione di impianti di aria condizionata e la fornitura di materiali scolastici. Inoltre, sempre in Ecuador, abbiamo dato vita a un importante **servizio di consulenze mediche** specialistiche in ambito pediatrico, ginecologico, psicologico e fisioterapico, per un totale di 2.184 consulenze eseguite.

Valore D

Diversity

Valore D è la prima associazione di imprese in Italia che da dieci anni è impegnata a costruire un mondo professionale senza discriminazioni, affiancando le aziende con **know-how e strumenti** per una strategia di **Diversity & Inclusion**. Anche Bolton Group è coinvolta nell'iniziativa tramite la partecipazione di un manager della divisione Food al Consiglio Direttivo di Valore D. Questo ha consentito lo sviluppo di una collaborazione sostanziata in momenti di **confronto** con le altre aziende partecipanti, workshop sulle tematiche di diversity facilitati da esperti e iniziative di **formazione**, **mentoring** e **sensibilizzazione** rivolte al personale interno.

2.184
CONSULENZE MEDICHE ESEGUITE IN ECUADOR

7.0
PEOPLE > COMUNITÀ

7.1. Il nostro approccio 51
7.2. Le nostre performance 52
7.3. I nostri principali progetti 53
7.3.1 Educazione scolastica 53
7.3.2 Salute e ricerca scientifica 54
7.3.3 Arte e cultura 55
7.3.4 L'impegno sociale 55

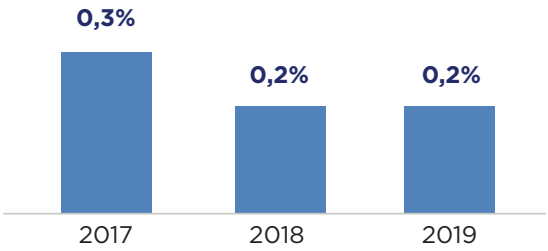
IL NOSTRO APPROCCIO

Per Bolton Group il sostegno alle persone non significa solo favorire lo sviluppo e il benessere dei dipendenti, ma anche sostenere le comunità in cui operiamo e la società in generale. Da molti anni collaboriamo con enti e associazioni promuovendo e finanziando progetti nelle aree prioritarie definite dal Gruppo: educazione scolastica, salute e ricerca scientifica, ambiente, arte e cultura.

LE NOSTRE STRATEGIE	I NOSTRI OBIETTIVI
Supportiamo progetti di contrasto alla dispersione scolastica e di incentivo all'istruzione	Aumento del numero di studenti raggiunti con il programma *We Care For Child Education*
Sosteniamo progetti a favore della comunità	Aumento del numero di persone raggiunte tramite attività filantropiche e donazioni di prodotto
Promuoviamo uno stile di vita positivo e sostenibile attraverso i nostri "purposed" brand	Incremento del numero di famiglie coinvolte sui nostri progetti di sostenibilità

LE NOSTRE PERFORMANCE

INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ SUL FATTURATO DI GRUPPO



Gli interventi nella comunità rappresentano da sempre una voce importante di investimento per il Gruppo. Negli ultimi tre anni il valore totale rispetto al fatturato si è attestato costantemente intorno allo 0,2%, un valore superiore alla media delle grandi aziende italiane[8].

NUMERO DI STUDENTI RAGGIUNTI DA PROGRAMMI DI FORMAZIONE

25.000
valore cumulativo dal 2013 al 2019

Il grafico indica il numero complessivo di studenti raggiunti in Italia e all'estero, a partire dal 2013, dal progetto *We Care For Child Education*, in collaborazione con Save the Children.

NUMERO DI PERSONE RAGGIUNTE DA PROGETTI SOCIALI

2,5 milioni
valore cumulativo dal 2011 al 2019

Il numero di persone raggiunte da progetti sociali sostenuti da Bolton Group è costituito principalmente dei beneficiari della partnership con il Banco Alimentare. Per maggiori informazioni sul progetto si rimanda al capitolo "People – Community".

[8] Ricerca "Corporate Giving in Italy 2018", SDA Bocconi

I NOSTRI PRINCIPALI PROGETTI

EDUCAZIONE SCOLASTICA

Bolton Group crede fermamente nel potere dell'educazione scolastica come strumento di emancipazione sociale e di costruzione di un futuro migliore. Gli interventi in questo ambito si articolano su due fronti principali: interventi volti a promuovere il diritto all'istruzione e interventi di sensibilizzazione degli studenti sui temi della sostenibilità.

Dal 2013 operiamo al fianco di **Save the Children**, un importante alleato per il nostro progetto ***We Care For Child Education*** volto a garantire il diritto all'educazione scolastica per ciascun bambino, in qualunque Paese si trovi. Questo impegno ci ha permesso di raggiungere, dall'inizio del progetto, oltre 25.000 bambini e ragazzi in Italia e nel mondo, che così hanno potuto beneficiare di un'istruzione di qualità.

In Italia, in particolare, sosteniamo il progetto **Fuoriclasse**, un modello di intervento scolastico ed extrascolastico contro la dispersione scolastica. Grazie al contributo di Bolton Group il progetto è attivo in 29 scuole e 5 centri educativi a Milano, Torino, Bari e Aprilia, a beneficio di 12.000 studenti e 1.400 docenti.

Coerentemente con il nostro impegno a favore dell'istruzione, abbiamo aderito alla campagna dell'Università Bocconi "Una sfida possibile". Attraverso il progetto ***Bolton Group Scholar***, sei studenti del biennio di Laurea Magistrale in Marketing Management e uno del Master in Green Management, Energy and Corporate Social Responsibility, hanno beneficiato di una borsa di studio offerta da Bolton Group.

PROGETTI DI EDUCAZIONE AMBIENTALE NELLE SCUOLE

Attraverso la nostra divisione Adhesives, finanziamo numerosi programmi per educare gli studenti alla sostenibilità in diversi Paesi.

In particolare, in Spagna da diversi anni organizziamo il concorso per le scuole ***We Care about the Environment***. L'obiettivo è sviluppare la consapevolezza nei bambini dai 2 ai 12 anni verso il rispetto dell'ambiente attraverso la creazione di attività ludico-ricreative sui temi della sostenibilità. Nel 2019 hanno partecipato all'iniziativa 67.580 studenti di 2.223 scuole, con l'invio di 1.130 progetti fra video, canzoni e piccoli lavori artistici.

25.000
STUDENTI COINVOLTI NEL PROGETTO
WE CARE FOR CHILD EDUCATION

67.000
RAGAZZI COINVOLTI DAL PROGETTO DI EDUCAZIONE AMBIENTALE
WE CARE ABOUT THE ENVIRONMENT DI UHU IN SPAGNA

SALUTE E RICERCA SCIENTIFICA

RIO MARE NUTRE LO SPORT E OBIETTIVO 3

Rio Mare Nutre lo Sport è un progetto di promozione dello sport e di contrasto ai pregiudizi sulle disabilità. Nel 2019 **abbiamo sponsorizzato 21 eventi sportivi**, fra cui ciclismo e paraciclismo.

Rio Mare sostiene ora finanziariamente 6 atleti paralimpici di **Obiettivo 3** per la preparazione alle paralimpiadi. Obiettivo 3 è un progetto di Alex Zanardi, pilota automobilistico e paraciclista italiano, che mira a sostenere concretamente ed economicamente le persone disabili che vogliano intraprendere un'attività sportiva.

FONDAZIONE UMBERTO VERONESI

Bolton Group sente molto forte il proprio impegno alla promozione della **ricerca scientifica per la tutela della salute**. Per questo, da oltre quindici anni sosteniamo Fondazione Umberto Veronesi finanziando la ricerca scientifica negli ambiti dell'oncologia, delle malattie cardiovascolari, delle neuroscienze e della nutrigenomica.

In particolare, nel 2019 abbiamo finanziato due nuove borse di ricerca per la **lotta contro il tumore polmonare**, la malattia più nota associata al fumo di sigaretta. Una ricerca ha l'obiettivo di realizzare un nuovo programma di prevenzione e screening precoce per le malattie legate al fumo, mentre la seconda ha come focus di studio l'immunoterapia, una delle terapie più promettenti per la cura dei tumori.

ARTE E CULTURA

INSIEME AL FAI PER TUTELARE IL PATRIMONIO CULTURALE ITALIANO

La tutela del patrimonio culturale, artistico e paesaggistico italiano, è parte del nostro impegno a favore delle comunità all'interno del programma di sostenibilità *We Care*. Per questo continuiamo a sostenere il FAI - Fondo Ambiente Italiano, che oggi conta oltre 170.000 iscritti e tutela 61 beni tra dimore, parchi e castelli, coinvolgendo milioni di persone in iniziative rivolte alla **salvaguardia e alla riscoperta dei beni culturali e ambientali del nostro Paese**. Al fine di offrire il nostro contributo alla tutela dell'Italia più bella, siamo parte de "**I 200 del FAI**", un gruppo di mecenati e aziende che sostiene la Fondazione nel raggiungimento di importanti risultati.

Fondazione Umberto Veronesi – per il progresso delle scienze

2
NUOVE BORSE DI RICERCA FINANZIATE PER LA LOTTA CONTRO IL TUMORE POLMONARE

21
ENTI SPORTIVI SPONSORIZZATI CON IL PROGETTO *RIO MARE NUTRE LO SPORT*

L'IMPEGNO SOCIALE

SOSTEGNO A BANCO ALIMENTARE

In occasione della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, organizzata dalla Fondazione Banco Alimentare Onlus per raccogliere prodotti alimentari da distribuire alle persone bisognose, alcuni dipendenti si sono recati presso diversi punti vendita a Milano, Cantù, Nova Milanese, Aprilia e Sesto Fiorentino, per dedicare parte del loro tempo alla **tradizionale giornata di volontariato**.

Dal 2011, abbiamo donato le eccedenze di produzione alimentare e i prodotti non vendibili provenienti dai punti vendita della Grande Distribuzione, arrivate a un totale di oltre **9 milioni di lattine**, equivalenti al fabbisogno proteico giornaliero di quasi **2,5 milioni di persone**.

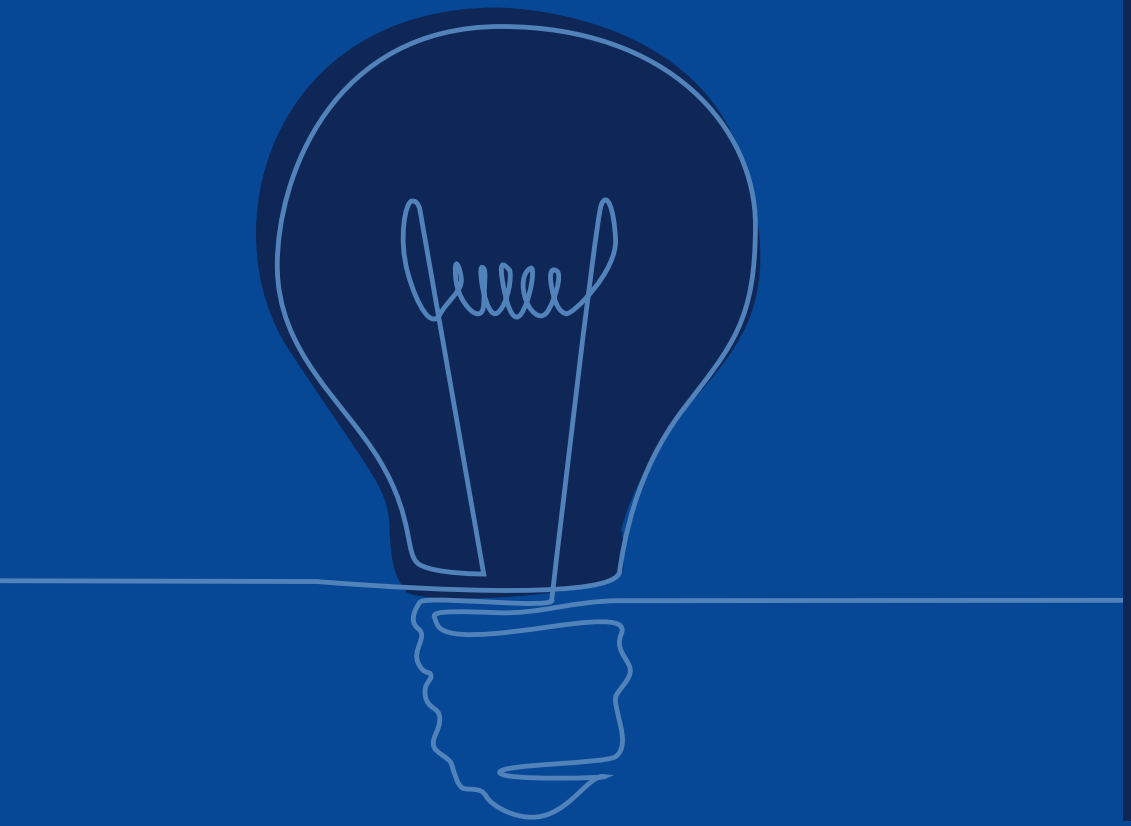
Inoltre, tra le iniziative più importanti, abbiamo preso parte a Food Poverty Lab, un progetto multi-stakeholder voluto da Banco Alimentare della Lombardia in collaborazione con Altis-Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Il progetto è nato per rispondere a un bisogno concreto: gestire le eccedenze alimentari e dar loro nuova vita. Il suo obiettivo, infatti, è migliorare la gestione del recupero e della distribuzione delle eccedenze alimentari per costruire dei progetti pilota sul territorio. Il progetto prevede il recupero delle eccedenze delle verdure impiegate nella produzione delle Insalatissime Rio Mare nello stabilimento di Cermenate, destinate ad alcune strutture caritative di Como e provincia.

WE WORLD

La nostra divisione Beauty Care è impegnata da due anni a favore di We World, un'organizzazione internazionale impegnata a **difendere i diritti dei bambini e delle donne** garantendo istruzione, salute e protezione da violenze e abusi. Abbiamo finanziato l'apertura del nuovo Spazio Donna a Milano – il primo nel capoluogo lombardo di questa organizzazione non governativa – inaugurato a novembre 2018. All'interno lavorano psicologi e assistenti sociali a supporto di donne che vivono situazioni di violenza e di particolare disagio, con l'organizzazione di laboratori e corsi di formazione per la preparazione professionale e il conseguimento di titoli di studio.

1°
SPAZIO DONNA A MILANO APERTO CON IL CONTRIBUTO DI COLLISTAR NEL CAPOLUOGO LOMBARDO

2,5
MILIONI DI PERSONE IN DIFFICOLTÀ SUPPORTATE GRAZIE AI NOSTRI PRODOTTI



8.0
CONCLUSIONI

CONCLUSIONI

Il nostro Gruppo sta vivendo una fase di profonda trasformazione che riguarda anche il nostro approccio alla sostenibilità. Il profitto è fondamentale, permette di crescere, sviluppare le nostre attività, creare e sostenere l'occupazione, ma noi pensiamo che non sia questo l'unico scopo cui tendere, poiché pensiamo che le imprese abbiano anche una missione sociale.

Le nostre aziende, i nostri prodotti e le nostre persone possono influenzare il mondo che lasceremo alle **generazioni future**. Guidati da questa consapevolezza, vogliamo raggiungere un equilibrio fra responsabilità economica, ambientale e sociale e contribuire con le nostre attività ad un futuro migliore.

Vogliamo perseguire questo obiettivo aumentando la **circolarità del nostro modello di business**, riducendo gli impatti energetici ed idrici nel nostro modello produttivo, con un approvvigionamento responsabile di materie prime e packaging e con l'impegno nell'innovazione e nella ricerca di nuove tecnologie, più sostenibili.

Il rispetto dei limiti del pianeta si accompagna al **benessere delle persone**, che per noi ha un'accezione ampia e comprende i nostri collaboratori, i consumatori e le comunità. Il benessere dei nostri collaboratori si traduce nell'assicurare un ambiente di lavoro sicuro ed accogliente insieme a condizioni adatte a conciliare vita lavorativa e privata e nell'offrire opportunità di sviluppo delle competenze e di crescita personale. Benessere per i consumatori significa evolvere il rapporto con i nostri clienti verso forme di ascolto e collaborazione per la promozione di stili di vita più sostenibili. Infine, il benessere delle comunità in cui operiamo è fra i nostri obiettivi prioritari: vogliamo offrire opportunità di miglioramento delle condizioni di vita ai giovani e alle persone più fragili.

Per raggiungere questi obiettivi non possiamo operare da soli. Le **partnership** con ONG, istituzioni globali, innovatori, quali ISSF, WWF, Banco Alimentare, Save the Children, ci consentono di migliorare i modelli esistenti e di acquisire competenze per orientare con efficacia le nostre attività verso lo sviluppo sostenibile.

Siamo convinti che tutto questo ci consentirà di dare il nostro contributo per consegnare un mondo migliore alle generazioni future.

9.0
NOTA METODOLOGICA

NOTA METODOLOGICA

Questo documento costituisce il secondo Rapporto di Sostenibilità di Bolton Group S.r.l., lo strumento principale per rendicontare le performance di sostenibilità di Gruppo e valorizzare l'impegno, le iniziative e il processo continuo di dialogo e ascolto con i portatori di interesse di riferimento. Con l'obiettivo di illustrare il proprio approccio alla sostenibilità, all'interno del presente documento Bolton Group rendiconta i principali indicatori e il relativo avanzamento nel triennio 2017-2019 e presenta le aree sulle quali il Gruppo è impegnato da qui ai prossimi anni, illustrando le attività svolte fino ad oggi e i risultati raggiunti così come i principali obiettivi per il futuro.

Il perimetro di rendicontazione non comprende i dati relativi a Tri Marine, corrispondente alla Business Unit Tuna Supply, dal momento che l'azienda è stata acquistata da Bolton Group a giugno 2019.

Il documento si ispira alle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI), il punto di riferimento internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria. Il presente documento rendiconta la performance di sostenibilità di tutte le società di Bolton Group: i dati, le iniziative e le azioni riportate fanno riferimento al periodo dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2019, attualmente non soggetti ad attività di audit o revisione.

Si segnalano alcuni cambiamenti nel calcolo dei dati rispetto alla versione dello scorso anno. In particolare, l'affinamento delle metriche di reporting ha portato ad alcune revisioni anche dei numeri relativi al 2017 e al 2018 precedentemente pubblicati. Là dove lo scostamento è stato significativo, è stato aggiunto uno specifico commento nel capitolo "Le nostre performance del 2019".

In accordo con quanto previsto dal GRI, Bolton Group basa la definizione dei temi di rendicontazione maggiormente rilevanti per l'azienda e i suoi stakeholder sull'analisi di materialità. In questa edizione del Rapporto di Sostenibilità, Bolton Group presenta una matrice di materialità invariata rispetto al 2018. Tuttavia, a fronte del cambio di perimetro di rendicontazione, che in futuro potrebbe includere anche la Business Unit Tuna Supply, tale matrice sarà aggiornata nel corso delle successive edizioni. In particolare, tutti i dati numerici contenuti all'interno del capitolo Production riguardano esclusivamente le attività produttive e non includono gli impatti legati agli uffici e alla logistica. Per qualsiasi ulteriore informazione relativamente a questo documento, contattare: **wecare@boltongroup.net**.

METODOLOGIE DI CALCOLO

People: per quanto concerne gli infortuni, l'indice di gravità misura il numero di giornate lavorative perse a causa degli infortuni ed è calcolato come il rapporto tra numero totale di giornate lavorative perse sulle giornate di lavoro totali, moltiplicato per 1.000.000. L'indice di frequenza, invece, corrisponde al rapporto tra numero totale di infortuni e ore di lavoro, moltiplicato per 1.000.000. Il tasso di turnover è stato calcolato rapportando il numero di dimissioni avvenute nel corso di un anno con il numero medio di dipendenti registrato alla fine di ogni anno considerato. La variazione nel numero totale dei dipendenti, rispetto a quanto riportato nella scorsa edizione del Rapporto di Sostenibilità, è dovuta alla decisione di conteggiare i dipendenti della divisione Food come media dell'anno, anziché al 31 dicembre, come era stato fatto nel 2018. Questo cambiamento è stato apportato per rappresentare al meglio il numero totale dei dipendenti, in quanto il settore Food prevede molti contratti stagionali che non sarebbero rendicontati considerando solamente il valore al 31 dicembre.

Production: per quanto riguarda le emissioni di gas serra:

- **Scope 1**: i fattori di conversione considerati per il calcolo delle emissioni fanno riferimento al documento "UK Government Conversion Factors for greenhouse gas (GHG) reporting" aggiornato a novembre 2019.
- **Scope 2**: le emissioni relative all'utilizzo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili sono considerate nulle, mentre le emissioni relative all'utilizzo di energia elettrica proveniente da fonti non rinnovabili fanno riferimento ai criteri forniti dall'International Energy Agency per l'anno 2019 (revisione del 11 settembre 2019).

ULTERIORI INDICATORI RENDICONTATI

	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	2017	2018	2019
Sourcing	Packaging in plastica riciclata o bio-based	%	1,8%	1,9%	2,4%
	Packaging in carta riciclata o certificata FSC	%	84,4%	88,9%	83,5%
Production	Energy intensity index, energia consumata per prodotto finito	GJ/t	4,55	4,36	4,18
	Acqua da falda	m^3	1.240.025,00	1.199.953,00	1.190.088,00
	Acqua da acquedotto	m^3	941.607,00	850.592,00	1.019.091,00
	Stabilimenti certificati ISO 9001 (qualità)	%	100%	100%	100%
	Stabilimenti certificati ISO 14001 (ambiente)	%	41,6%	58,3%	62%
	Stabilimenti certificati ISO 50001 (energia)	%	16,6%	16,6%	15%
People	Ripartizione di genere nelle posizioni manageriali	% donne	N/A	N/A	31,28%
	Ripartizione di genere tra i White Collars	% donne	43,9%	43,7%	43,6%
	Ripartizione di genere tra i Blue Collars	% donne	59,40%	60,94%	60,23%
	Ripartizione della forza lavoro per categoria professionale	% White Collars	43,24%	41,77%	42,69%
	Ripartizione dei lavoratori per fasce di età (dato 2019)	**<30**	**30<x<40**	**40<x<55**	**>55**
		14,81%	26,19%	42,88%	16,12%
	Ore di formazione	Ore totali	96.966	76.843	79.807
	Fatturato fornitori coperto da assessment sui diritti umani*	%	N/A	N/A	77%

*esclusa Bolton Food Espana

GRI CONTENT INDEX

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
GRI 102: INFORMATIVA GENERALE	**a. Profilo dell'organizzazione**				
	102-1	Nome dell'organizzazione			Lettera dell'Executive Chair Woman - p. 3 Chi siamo - p. 4-11
	102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi			Chi siamo - p. 4-11
	102-3	Luogo della sede principale			Chi siamo - p. 4-11
	102-4	Luogo della sede principale			I mercati in cui operiamo – p. 10
	102-5	Proprietà e forma giuridica			La nostra organizzazione – p. 8
	102-6	Mercati serviti			Chi siamo - p. 4-11
	102-7	Dimensione dell'organizzazione	Performance economiche e strategie di crescita		Chi siamo - p. - p. 4-11
	102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori		Interna	People – le nostre persone - p. 42
	102-9	Catena di fornitura	Materie prime sostenibili	Esterna	La scelta di materie prime Sostenibili – p. 25 Diritti umani – p. 33
	102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura		Interna / esterna	La nostra organizzazione – p.8

CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
102-11	Principio de precauzione	Cittadinanza d'impresa	Esterna	We care about The future – p.12
102-12	Iniziative esterne		Esterna	Il nostro impegno durante l'emergenza covid-19 – p. 19-20 La scelta di materie prime sostenibili – p.25 Verso un minor impatto del packaging – p. 29 Diritti umani – p. 33 Educazione scolastica – p.53 Salute e ricerca scientifica – p. 54 Arte e cultura – p. 54 Sociale – p. 55
102-13	Adesione ad associazioni		Esterna	La scelta di materie prime sostenibili – p. 25
b. Strategia				
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente			Lettera dell'Executive Chair Woman - p. 3
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	Performance economica e strategie di crescita	Interna / esterna	Il nostro piano di sostenibilità – p. 13 I nostri stakeholders e la matrice di sostenibilità – p.15 Sourcing - il nostro approccio – p.21 Production - - il nostro approccio – p.35 People - il nostro approccio – p.43
c. Etica e integrità				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento		Interna	Missione e valori – p. 7
d. Governance				
102-18	Struttura della governance	Governance della sostenibilità Formazione	Interna	La nostra organizzazione – p. 8 La governance della sostenibilità – p. 18
102-20	Responsabilità a livello esecutivo per temi economici, ambientali, e sociali	Governance della sostenibilità	Interna	La governance della sostenibilità – p. 18

CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
102-21	Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali, e sociali	della sostenibilità	Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p. 15
102-22	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	Governance della sostenibilità	Interna	La governance della sostenibilità – p. 18
102-23	Presidente del massimo organo di governo	Governance della sostenibilità		La nostra organizzazione – p. 8 La governance della sostenibilità – p. 18
102-32	Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità	Governance della sostenibilità	Interna	La governance della sostenibilità – p. 18
e. Coinvolgimento degli stakeholder				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder		Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p.15
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	Salvaguardia dei diritti umani	Interna	Diritti umani – p.33
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder		Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p.15
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder		Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p.15
102-44	Temi e criticità chiave sollevati		Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p.15
f. Pratiche di rendicontazione				
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato		Interna	La nostra organizzazione – p.8
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi			Nota metodologica – p. 58
102-47	Elenco dei temi materiali		Interna / esterna	I nostri stakeholder e la matrice di materialità – p.15

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
	102-48	Revisione delle informazioni		Interna / esterna	Sourcing – le nostre performance – p. 23 Production – le nostre performance – p.36 People – le nostre performance – p. 44 Nota metodologica – p. 58
	102-49	Modifiche nella rendicontazione		Interna / esterna	Sourcing – le nostre performance – p. 23 Production – le nostre performance – p.36 People – le nostre performance – p. 44 Nota metodologica – p. 58
	102-50	Periodo di rendicontazione			Nota metodologica – p.58
	102-51	Data del report più recente		Interna	La governance della sostenibilità – p. 18
	102-52	Periodicità della rendicontazione		Interna / esterna	Sourcing – le nostre performance – p. 23 Production – le nostre performance – p.36 People – le nostre performance – p. 44 Nota metodologica – p. 58
	102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report		Interna / esterna	Nota metodologica – p.58
	102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards		Interna / esterna	Nota metodologica – p.58
	102-55	Indice dei contenuti GRI		Interna / esterna	Nota metodologica – p.58
	102-56	Assurance esterna		Interna / esterna	Nota metodologica – p.58
GRI 103: MODALITÀ DI GESTIONE	**103-1**	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro		Interna / esterna	Nota metodologica – p.58
	103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Performance economiche e strategie di crescita and growth strategies	Interna	Chi siamo – p. 4

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Performance economiche e strategie di crescita	Interna	Chi siamo – p. 4
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE	201	Informative sulle modalità di gestione	Performance economiche e strategie di crescita	Interna	Chi siamo – p. 4
	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Performance economiche e strategie di crescita	Interna	La distribuzione del valore Economico generato – p. 11
PERFORMANCE AMBIENTALI					
GRI 301: MATERIALI	301	Informative sulle modalità di gestione	Materie prime sostenibili Packaging sostenibile	Esterna	Sourcing – p. 21
	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	Materie prime sostenibili Packaging sostenibile	Esterna	Sourcing – p. 21
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Materie prime sostenibili Packaging sostenibile	Esterna	Verso un minor impatto del packaging– p. 29
GRI 302: ENERGIA	302	Informative sulle modalità di gestione	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – p. 34
	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production - le nostre performance – p. 35
	302-3	Intensità energetica	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production - le nostre performance – p. 36 Nota metodologica – p. 58
	302-4	Riduzione del consumo di energia	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production - le nostre performance – p.36

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
	302-5	Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	La riduzione dei consumi – p. 38
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI	**303**	Informative sulle modalità di gestione	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	La riduzione dei consumi – p 38
	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Nota metodologica – p. 58
	303-3	Prelievo idrico	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Nota metodologica – p. 58
	303-4	Scarico di acqua	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Nota metodologica – p. 58
	303-5	Consumo di acqua	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance – p. 36 Nota metodologica – p. 58
GRI 304: BIODIVERSITÀ	**304**	Informative sulle modalità di gestione	Materie prime sostenibili	Esterna	Sourcing – p. 21
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI	**305**	Informative sulle modalità di gestione	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – p 34
	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36
	305-4	Intensità delle emissioni di GHG	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36
	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36 La riduzione dei consumi – p. 38
GRI 306: SCARICHI IDRICI E RIFIUTI	**306**	Informative sulle modalità di gestione	Impatto ambientale degli stabilimenti Gestione dei rifiuti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36 La riduzione dei rifiuti – p. 41

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
	306-1	Scarico idrico per qualità e destinazione	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36 La riduzione dei rifiuti – p. 41
	306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	Impatto ambientale degli stabilimenti	Esterna	Production – le nostre performance– p 36 La riduzione dei rifiuti – p. 41
PERFORMANCE SOCIALE DIPENDENTI					
GRI 401: OCCUPAZIONE	401	Informative sulle modalità di gestione		Internal	People > le nostre persone – p. 42
	401-1	Nuove assunzioni e turnover		Internal	People > le nostre persone – p. 42 Nota metodologica – p. 58
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	403	Informative sulle modalità di gestione	Benessere dei dipendenti Salute e sicurezza sul lavoro	Interna	People – le nostre performance – p. 44 La salute e la sicurezza delle nostre persone – p. 46
	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Benessere dei dipendenti Salute e sicurezza sul lavoro	Interna	People – le nostre performance – p. 44
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza sul lavoro	Interna	People – le nostre performance – p. 44
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	Interna	People – le nostre persone – p. 42 La salute e la sicurezza delle nostre persone – p. 46
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE	404	Informative sulle modalità di gestione	Benessere dei dipendenti Formazione e sviluppo dei talenti	Interna	La valorizzazione delle nostre persone e lo sviluppo delle competenze – p. 47 People – le nostre performance – p.44
	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Benessere dei dipendenti Formazione e sviluppo dei talenti	Interna	La valorizzazione delle nostre persone e lo sviluppo delle competenze – p. 47 People – le nostre performance – p.44

	CODICE INDICATORE GRI	DESCRIZIONE	TEMA MATERIALE ASSOCIATO	CATEGORIA DI STAKEHOLDER	RIFERIMENTI/ NOTE
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Benessere dei dipendenti Formazione e sviluppo dei talenti	Interna	La valorizzazione delle nostre persone e lo sviluppo delle competenze – p. 47 People – le nostre performance – p.44
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	405	Informative sulle modalità di gestione	Pari opportunità	Interna	People – le nostre persone – p. 42
	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Governance della sostenibilità	Interna	La nostra organizzazione – p 8. People – le nostre performance – p. 44
GRI 407: LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	407-1	Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	Salvaguardia dei diritti umani	Interna / esterna	Nota Metodologica – p. 58
GRI 408: LAVORO MINORILE	408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Salvaguardia dei diritti umani	Interna / esterna	Nota Metodologica – p. 58
GRI 409: LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO	409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Salvaguardia dei diritti umani	Interna / esterna	Nota Metodologica – p. 58
GRI 412: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI	412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	Salvaguardia dei diritti umani	Interna / esterna	Nota Metodologica – p. 58
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI	404	Informative sulle modalità di gestione	Promuovere uno stile di vita sostenibile Cittadinanza d'impresa	Esterna	People – comunità – p. 50
	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Promuovere uno stile di vita sostenibile Cittadinanza d'impresa	Esterna	People – comunità – le nostre performance - p. 52 Educazione scolastica – p. 53 Salute e ricerca scientifica – p. 54 Arte e cultura – p. 54 L'impegno sociale – p. 55
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI	416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi.	Sicurezza e qualità dei prodotti	Esterna	Nota metodologica – p. 58

BOLTON
GROUP

BOLTON GROUP S.R.L.
VIA G.B. PIRELLI, 19 - 20124 MILANO, ITALY
WWW.BOLTONGROUP.NET