



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

▪ Eat a better life ▪



FARMO

INDICE

| | |
|---|-----------|
| LETTERA AGLI STAKEHOLDER | 3 |
| NOTA METODOLOGICA..... | 4 |
| 01. FARMO: EAT A BETTER LIFE..... | 7 |
| 1. UNA STORIA LUNGA VENT'ANNI | 7 |
| 2. LA STRUTTURA DI GOVERNANCE..... | 9 |
| 3. LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA | 11 |
| 4. I PRINCIPI DI ETICA E INTEGRITÀ..... | 14 |
| 02. LA VISION DI SOSTENIBILITÀ | 18 |
| 1. UNA TAVOLA RICCA DI VALORI: L'IMPEGNO DI FARMO | 18 |
| 2. GLI STAKEHOLDER | 19 |
| 3. L'ANALISI DI MATERIALITÀ..... | 20 |
| 03. LA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO | 25 |
| 1. I PRODOTTI DI FARMO | 25 |
| 2. STANDARD QUALITATIVI E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE | 27 |
| 3. INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO | 28 |
| 04. LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE | 32 |
| 1. L'IMPEGNO VERSO L'AMBIENTE..... | 32 |
| 2. L'ENERGIA E GLI IMPATTI AMBIENTALI | 33 |
| 3. UTILIZZO DI MATERIALI E IMBALLAGGI | 35 |
| 05. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE | 38 |
| 1. LE PERSONE DI FARMO | 38 |
| 2. SALUTE E SICUREZZA: UNA PRIORITÀ..... | 39 |
| 3. LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA | 40 |
| 4. IL LEGAME CON IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ | 42 |
| APPENDICE | 44 |
| DATI AMBIENTALI | 44 |
| DATI RISORSE UMANE | 47 |
| DATI SULLA CATENA DI FORNITURA | 52 |
| CORRELAZIONE CON GRI STANDARDS E COINVOLGIMENTO NEGLI IMPATTI | 54 |
| INDICE DEI CONTENUTI GRI | 58 |



• UNO SGUARDO AL 2022 •



~ 21 mln di €

Il nostro fatturato consolidato

~4% dei ricavi

Destinati a investimenti in R&D



-5%

Il nostro rapporto di intensità energetica rispetto al 2021

0%

Di rifiuti pericolosi prodotti



54

I nostri dipendenti al 31.12 (+15% rispetto al 2021)

98%

La quota di spesa verso fornitori italiani

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

La nostra seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità arriva a chiusura di un anno molto critico per ragioni congiunturali. Il settore Alimentare è stato tra i più penalizzati per le ripercussioni sui costi di acquisto e sulla difficoltà di riversare detti aumenti di costi sui prezzi di vendita, nonché dalla prolungata scarsità di materie prime e materiali di confezionamento disponibili sui mercati. Il divampare della crisi russo-ucraina, drammatica innanzitutto dal punto di vista umanitario, ha causato impatti di entità senza precedenti sui costi dei fattori energetici accrescendo inoltre le difficoltà di reperibilità delle materie prime.

Questo clima di incertezza ha reso ancora più delicata la gestione di alcuni temi complessi quali le filiere e l'approvvigionamento energetico.

Queste sfide ulteriori non hanno modificato il nostro impegno verso la sostenibilità: ogni giorno, in Farmo, ci impegniamo per accrescere il benessere e migliorare la qualità della vita. Per noi, infatti, il vivere bene è un viaggio accessibile a tutti, una scelta che si rinnova ogni giorno a partire da quella che è la nostra fonte di nutrimento, del corpo e dell'anima: il cibo. Ma è solo mettendo al centro il benessere delle persone che possiamo migliorarci e crescere ancora di più.

Diamo particolare rilievo naturalmente alla risorsa umana, che è decisiva ai fini del raggiungimento dei nostri obiettivi e del nostro successo. La nostra cultura aziendale è orientata infatti a rendere Farmo attrattiva per i migliori talenti offrendo loro un ambiente nel quale crescere professionalmente e umanamente. Uguaglianza, inclusione e diversità sono quindi parte integrante della nostra azienda.

L'azienda continua inoltre ad investire sul proprio sviluppo, con interventi significativi sulla parte industriale e impiantistica, per rinnovarsi e darsi un assetto sempre migliore per le sfide future in Italia e all'estero.

Questo è il nostro modo di affrontare questo periodo storico, insieme a tutti i nostri collaboratori, che ringraziamo per la passione, l'impegno, la serietà e l'attaccamento all'azienda che hanno manifestato anche in periodi così difficili.

Francesca Rognoni
Marketing & Sustainability Director

NOTA METODOLOGICA

Questo documento, redatto in maniera volontaria, rappresenta il secondo Bilancio di Sostenibilità di Farmo S.p.A. (di seguito anche "la Società"). Il Bilancio si riferisce al 2022 (dal 1° gennaio al 31 dicembre) ed esprime la volontà di condividere con tutti i soggetti portatori di interesse le attività, le iniziative e i principali risultati conseguiti dalla Società in merito ad aspetti economici, ambientali e sociali.

I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati definiti sulla base dell'analisi di materialità, per i cui dettagli si rimanda al paragrafo "L'analisi di materialità" del presente documento.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI, secondo l'opzione "In accordance". Il perimetro di rendicontazione si riferisce a Farmo S.p.A., con sede legale in Viale Mattei 1 – 20003 Casorezzo (MI), e include gli uffici e gli stabilimenti di proprietà della Società. Si segnala che il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario corrisponde a quello del bilancio consolidato al 31 dicembre 2022 del Gruppo Farmo che include, oltre alla capogruppo Farmo S.p.A., anche la società statunitense Farmo USA Inc., controllata al 100%.

Relativamente ai cambiamenti significativi si segnala che, nel corso del 2022, Farmo S.p.A. ha proseguito nel suo percorso di espansione finalizzando tutte le procedure che hanno portato, all'apertura di un nuovo stabilimento denominato "Farmo Four", impiegato come sito di spedizione e magazzino, come sede per la ricerca e sviluppo e come centro di formazione interna ("Farmo Academy").

Il Bilancio di Sostenibilità offre un raffronto con i dati relativi all'esercizio 2021, al fine di fornire una disclosure che sia in grado di permettere la valutazione dell'andamento delle attività della Società nel tempo. Per garantire l'integrità del documento e per dare una corretta rappresentazione delle performance, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il presente documento è stato presentato al Consiglio di Amministrazione di Farmo S.p.A. in data 18.10.2023 e verrà redatto annualmente. Il Bilancio di Sostenibilità 2022 non è stato oggetto di verifica da parte di un soggetto terzo indipendente ed è reso pubblico anche sul sito web della Società, consultabile al seguente indirizzo: www.farmo.com.

Per informazioni relativamente al documento è possibile fare riferimento al seguente contatto: francesca.rognoni@farmo.com.

01.

FARMO: EAT A BETTER LIFE

Da 20 anni produciamo con i migliori ingredienti, con le migliori ricette e con le tecnologie produttive più innovative. Il nostro obiettivo è offrire un'alimentazione che sia nutrimento del corpo e dell'anima.

FARMO



01. FARMO: EAT A BETTER LIFE

1. UNA STORIA LUNGA VENT'ANNI

Farmo è un'eccellenza italiana, nata nel 2000 per creare prodotti di alta qualità dedicati a un pubblico con esigenze alimentari specifiche. Nasce, infatti, dall'esperienza della famiglia Gaii nel settore bakery e rappresenta lo spirito di un'impresa che, operando in campo alimentare, è orientata all'innovazione di prodotti volti a soddisfare bisogni reali o latenti. L'idea alla base delle attività di Farmo è *"opening the future"*, ovvero volgere lo sguardo al futuro, immaginando quello che ancora non c'è e impegnandosi per crearlo.

Fin dalla sua nascita, l'azienda persegue la cultura del buon cibo e del gluten free a tavola, dall'Italia nel mondo, con lo scopo di costituire un centro di riferimento per l'alimentazione specializzata, indirizzata al mondo delle intolleranze e nello specifico al glutine e alla celiachia, un tema che, nel 2000, anno della nascita di Farmo, era ancora pressoché sconosciuto.

Gli anni dal 2000 al 2009 sono caratterizzati da un progressivo cambio di visione: dopo un decennio di studio, di formazione specifica e di valutazione delle nuove prospettive, l'ambizione dell'azienda è quella di dedicarsi, dal 2010 in avanti, unicamente al settore gluten free, concentrando i propri sforzi sull'ampliamento della gamma di prodotti senza glutine.



Il 2010 rappresenta l'anno della svolta strategica di Farmo, grazie alla realizzazione del nuovo sito produttivo a Casorezzo, in provincia di Milano, che prenderà il nome di "Farmo One", proprio per sottolineare la sua caratteristica di prima attività industriale italiana completamente dedicata al senza glutine; lo stabilimento è dedicato alla produzione dei prodotti Mix & Bakery.

Nel 2012, Farmo si apre all'America, portando i suoi prodotti sulle tavole statunitensi. Grazie a Farmo USA Inc., l'azienda creata per la distribuzione dei prodotti Farmo negli USA, i prodotti si radicano su tutto il territorio statunitense tanto da permetterci di scalare di anno in anno le vette del ranking "fast growing company" delle prime 5.000 società americane in crescita continua ed esponenziale. Con il posizionamento "Eat a better life", Farmo diventa sinonimo di qualità e gusto anche oltreoceano e consolida la sua credibilità sui mercati internazionali.

A Casorezzo, nel 2015, viene aperto un secondo stabilimento, interamente dedicato alle linee di pasta, mentre nel 2017, a distanza di soli due anni, l'espansione prosegue con l'apertura di un terzo centro di produzione dedicato esclusivamente alla linea Bakery. Il primo di questi due stabilimenti sarà identificato con il nome di "Farmo Next", per rappresentare al meglio il concetto di "next generation" in un'ottica di continua innovazione e sviluppo dei prodotti senza glutine, in particolare la pasta.

Nel 2020, Farmo celebra i suoi primi venti anni: la Società è ormai un punto di riferimento nel settore del food gluten free e non solo, grazie ai suoi prodotti salutari e ricchi di gusto, ricercati sempre di più anche da un pubblico amante della semplice e buona cucina italiana.



L'espansione dell'azienda non si ferma qui: il contratto siglato in data 30 luglio 2021 con NB Aurora, primo veicolo di *permanent capital* quotato in Italia sul MIV, apre il passo a una nuova era di crescita e sviluppo. La partnership rappresenta l'incontro tra le prospettive globali di un grande investitore e lo spirito imprenditoriale di due generazioni della famiglia Gai, orientate a creare un futuro di innovazione e stile di vita sano. NB Aurora sceglie di affiancare Farmo nel suo percorso di ulteriore crescita perché fortemente convinta del business e della solidità dell'azienda, ritenendo la stessa capace di esprimere ancora molto potenziale sul mercato.

Nonostante un anno molto critico per ragioni congiunturali, tra cui il perdurare della crisi russo-ucraina, nel 2022 Farmo ha avviato "Farmo Four", il suo nuovo stabilimento polifunzionale, dedicato ad attività logistiche, di ricerca e sviluppo e di training interno.

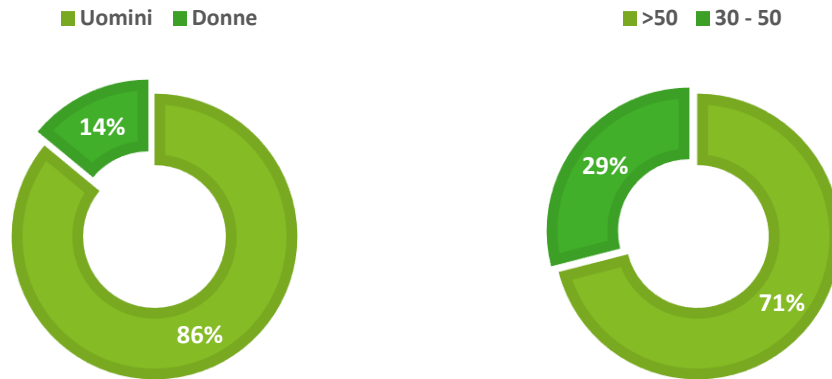
2. LA STRUTTURA DI GOVERNANCE

Il modello organizzativo di Farmo si basa sulla presenza di due organi formali: l'Assemblea dei Soci e il Consiglio di Amministrazione.

L'Assemblea dei Soci si compone dall'interessa dei possessori di quote di capitale sociale ed è l'organo a cui compete la delibera, in sede ordinaria e straordinaria, sulle materie alla stessa riservate dalla legge o dallo Statuto della Società. All'Assemblea compete la nomina del Consiglio di Amministrazione, presieduto da membri con elevate capacità manageriali e una profonda conoscenza del settore, in grado di garantire pienamente il successo economico dell'azienda, così come la corretta implementazione della strategia di sviluppo sostenibile.

Il Consiglio di Amministrazione si compone di 7 membri, 4 rappresentativi di Farmo e 3 di nomina della società di investimento privata NB Aurora S.A. SICAF-RAIF. L'attuale Consiglio rimarrà in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023 e, in virtù delle dimensioni della Società e della necessità di mantenere una struttura operativa efficace, si segnala che non sono presenti comitati endoconsiliari, bensì gruppi di lavoro manageriali.

COMPOSIZIONE DEL CDA PER GENERE E FASCIA DI ETÀ AL 31/12/22



Il Consiglio definisce le strategie industriali e interviene direttamente in tutte le decisioni relative alle materie gestionali più rilevanti. Tutte le cariche operative della Società sono ricoperte dai membri di nomina di Farmo, ovvero: il Presidente Remo Gai, l'Amministratore Delegato Andrea Gai, il Direttore Finanziario Giuseppe Rampinini e la Direttrice Marketing & Sustainability Francesca Rognoni.

La governance di sostenibilità

La sostenibilità è una leva di primaria importanza per la strategia di sviluppo di Farmo. L'azienda ha lavorato per rafforzare il proprio sistema di governo della sostenibilità, al fine di affrontare con successo le sfide del presente e integrare buone pratiche all'interno del proprio modello di business.

In questo contesto, il Consiglio di Amministrazione ha delegato un proprio membro - Francesca Rognoni, Direttrice Marketing & Sustainability - alla gestione degli aspetti di sostenibilità, tra cui:

- definizione degli aspetti di sostenibilità rilevanti e identificazione delle relative metriche oggetto di reporting;
- supervisione del processo di predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, coordinamento della raccolta e del consolidamento delle informazioni qualitative e quantitative;
- graduale integrazione di linee di sviluppo sostenibili all'interno della strategia aziendale.

La Direzione Marketing & Sustainability rappresenta l'impegno e i valori di Farmo negli eventi e nei tavoli di lavoro dedicati alla sostenibilità, e informa periodicamente il Consiglio di Amministrazione in merito agli sviluppi esterni, ai macro-trend di settore e all'evoluzione del modello di responsabilità sociale e ambientale di Farmo.

Supportato da questa struttura, il Consiglio è partecipe in prima persona delle scelte inerenti alla sostenibilità, approva le politiche necessarie a rispondere a requisiti normativi e a presidiare specifiche aree di intervento, e gestisce gli impatti dell'azienda sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

La gestione di Farmo è articolata su tre aree di riferimento: quella industriale, di cui è responsabile il Presidente, quella commerciale, che si sostanzia soprattutto nelle funzioni di vendita e marketing e che fa capo all'AD, e quella di gestione amministrativa e finanziaria della Società, che fa capo al CFO.

Farmo sta attualmente lavorando alla predisposizione di un modello organizzativo aziendale ai sensi del D.Lgs. 231/2001, che comporterà l'istituzione di un contestuale Organismo di Vigilanza, che sarà incaricato di svolgere compiti di controllo sull'osservanza, sull'efficacia ed effettiva applicazione del modello e delle procedure interne ad esso legate.

La Società ha inoltre costituito una specifica Unità di crisi, che si occupa degli aspetti qualitativi dei prodotti e della comunicazione con i clienti, e si avvale del supporto di due consulenti esterni, che si confrontano periodicamente con il management aziendale sugli aspetti commerciali e tecnici, inclusi i temi legati a tematiche di sicurezza e alle certificazioni di cui la Società è dotata.

Farmo si contraddistingue per la sua forte collegialità: infatti, tutte le funzioni aziendali si riuniscono settimanalmente per il *Production Planning Control* al fine di mantenere un elevato livello di informativa tra tutti i settori aziendali e una certa consapevolezza di tutte le funzioni in merito al processo di *decision making*, anche al di fuori delle loro aree di competenza specifica. Questo permette all'azienda di coinvolgere attivamente tutte le proprie risorse all'interno dei processi decisionali e strategici, cogliendo eventuali nuove opportunità che si concretizzano dal confronto e il dialogo tra figure diverse.

3. LA RESPONSABILITÀ ECONOMICA

Farmo è una realtà che trova le sue origini in Italia, ma che nel corso degli anni ha ottenuto successo e riconoscimento internazionale, grazie all'eccellenza dei prodotti offerti e a una presenza sempre più globale. È proprio questo il fattore di successo: la capacità di avere un'anima internazionale e, allo stesso tempo, di mantenere ben salde le radici nel territorio di appartenenza.

L'anno 2022 è stato, come ben noto, pesantemente caratterizzato dagli aumenti dei costi dei trasporti, dell'energia, delle materie prime e del materiale di confezionamento che avevano già caratterizzato gli ultimi mesi del 2021. Il settore Alimentare è stato tra i più penalizzati per le ripercussioni sui costi di acquisto e sulla difficoltà di riversare detti aumenti di costo sui prezzi di vendita, nonché della prolungata scarsità di materie prime e materiali di confezionamento disponibili sui mercati. Il prolungarsi delle vicende belliche in Ucraina non ha certo facilitato l'andamento dei prezzi delle materie prime sui mercati.

In questo difficile contesto economico, Farmo è riuscita a mantenere solido il rapporto con i suoi stakeholder e a concorrere alla creazione di valore. Il gruppo Farmo ha chiuso il 2022 con un fatturato consolidato pari a 21,2 milioni di euro (in aumento del 9% rispetto al 2021).

La gestione dei rischi e delle incertezze

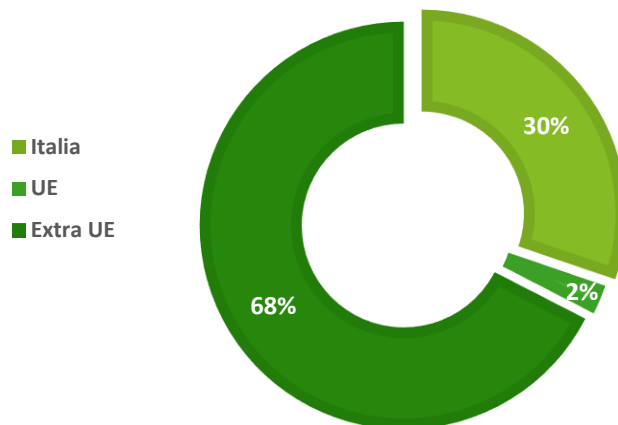
Si riepilogano di seguito le principali categorie di rischio a cui Farmo è esposta:

Rischio di credito: i flussi di cassa attesi, in base alle scadenze contrattuali, sono analizzati e costantemente monitorati così come è in atto un'attenta politica di monitoraggio del rischio di credito.

Rischio di liquidità: il rischio si può manifestare con l'incapacità di reperire, a condizioni economiche, le risorse finanziarie necessarie per l'operatività. Si ritiene che la liquidità esistente e le linee di credito attualmente disponibili, oltre ai flussi che saranno generati dall'attività operativa e quelli derivanti dai nuovi finanziamenti correlati ai progetti di investimento, saranno idonei a soddisfare i fabbisogni derivanti dal piano di investimenti, dalla gestione del capitale circolante e dal rimborso dei debiti alla naturale scadenza.

Rischio di cambio: la posizione finanziaria netta è limitatamente soggetta al rischio derivante dalla variazione dei tassi di interesse nel contesto dell'attuale mercato finanziario. I rischi di cambio sono concentrati nelle operazioni commerciali con la controllata Farmo USA e monitorati attraverso opportune operazioni di copertura cambi.

DISTRIBUZIONE DEI RICAVI 2022 PER AREA GEOGRAFICA (%)



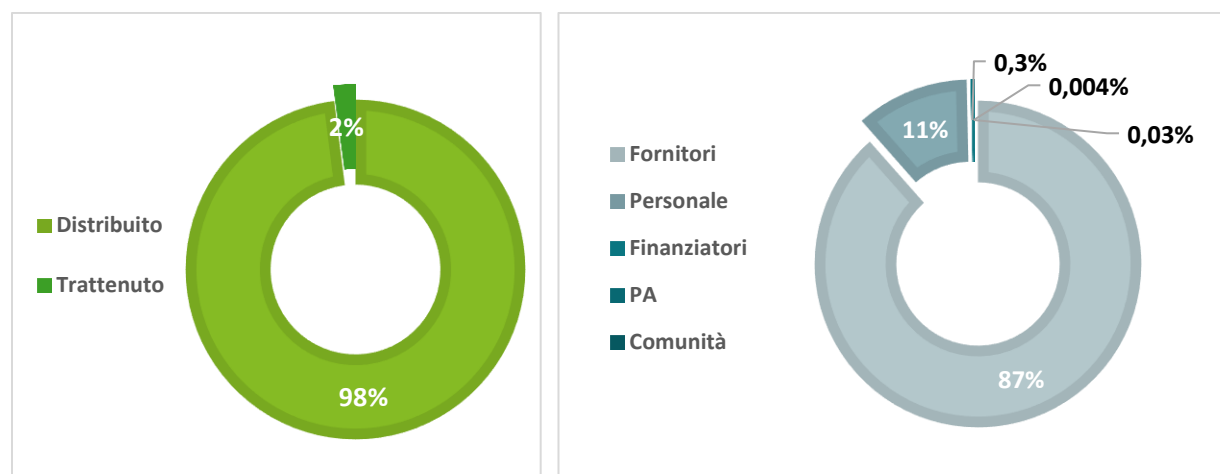
Il valore economico generato, che nel 2022 è stato pari a circa 23,6 milioni di euro, è espressione della ricchezza generata dall'azienda, redistribuita per il 98% ai propri stakeholder con cui si relaziona quotidianamente.

| | 2022 | | 2021 | |
|---|-------|-------|-------|------|
| | €mio | % | €mio | % |
| Valore economico generato | 23,6 | 100 | 20,6 | 100 |
| Valore economico distribuito | 23,1 | 98 | 19,1 | 93 |
| <i>di cui distribuito ai fornitori</i> | 20,5 | 87 | 16,7 | 81 |
| <i>di cui distribuito al personale</i> | 2,5 | 11 | 2,2 | 11 |
| <i>di cui distribuito ai finanziatori</i> | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,3 |
| <i>di cui distribuito agli azionisti</i> | - | - | - | - |
| <i>di cui distribuito alla Pubblica Amministrazione</i> | 0,001 | 0,004 | 0,2 | 1 |
| <i>di cui distribuito alla comunità</i> | 0,008 | 0,03 | 0,001 | 0,01 |
| Valore economico trattenuto | 0,5 | 2 | 1,5 | 7 |

Dalle voci sopra riportate si nota un aumento del 14% del valore economico generato rispetto al 2021, trainato principalmente dall'incremento delle vendite.

Il valore economico totale distribuito nel 2022 rappresenta il 98% del valore economico direttamente prodotto dal gruppo Farmo. Beneficiano di questo valore, principalmente, i fornitori con cui il Gruppo si relaziona, verso i quali sono stati sostenuti costi per un ammontare di circa 21 milioni di euro nel 2022.

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO E TRATTENUTO E DETTAGLIO VALORE DISTRIBUITO (%)



4. I PRINCIPI DI ETICA E INTEGRITÀ

I principi di etica e integrità, insieme alla trasparenza e alla correttezza nella conduzione degli affari, costituiscono l'equazione fondamentale su cui si basa il modello di valore adottato da Farmo. L'azienda, infatti, è da sempre particolarmente sensibile all'esigenza di assicurare il rispetto di tali valori nella conduzione di tutte le attività aziendali, per garantire la tutela della reputazione e dell'immagine verso il mercato e tutti gli stakeholder. Inoltre, relazionandosi quotidianamente anche con realtà al di fuori del perimetro nazionale, Farmo conduce un attento monitoraggio delle normative locali vigenti e si impegna nel garantire la piena conformità con le stesse.

Pur non avendo adottato la certificazione SA 8000, uno standard riconosciuto a livello internazionale focalizzato sulle condizioni di lavoro in azienda, Farmo si è dotata di un Codice di Condotta commerciale che riprende genericamente le direttive e gli ambiti di applicazione dello stesso.

La società è inoltre in possesso della certificazione SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit), che impone un costante monitoraggio dei dati sociali e ambientali.



SMETA è un insieme di *best practices* per gli audit etici, istituita dal Sedex Associate Auditor Group (AAG). Si tratta di una serie di protocolli per audit di alta qualità, da utilizzare insieme alle attuali prassi consolidate per l'esecuzione degli audit etici. Gli audit SMETA possono essere eseguiti sulla base di due o quattro pilastri dell'auditing: i due pilastri obbligatori per qualsiasi audit SMETA sono gli standard in materia di lavoro e in materia di salute e sicurezza. Tuttavia, per approfondire ulteriormente gli aspetti della responsabilità sociale degli audit SMETA, le aziende possono anche essere sottoposte ad audit a "quattro pilastri", comprendendo così anche i pillar relativi a valutazione ambientale ed etica aziendale, di natura opzionale. Farmo, in qualità di fornitore internazionale, in particolare di clienti del Nord America e dell'Australia, ha deciso di implementare questa tipologia di audit, includendo quindi anche i moduli relativi alla valutazione ambientale e di etica aziendale, per poter certificare il suo costante impegno verso il rispetto dei più elevati standard internazionali.

Inoltre, è stato ottenuto il Rating di legalità, lo strumento sviluppato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) in accordo con i Ministeri degli Interni e della Giustizia, che riconosce alle aziende che operano secondo i principi della legalità, della trasparenza e della responsabilità sociale un rating che va da un minimo di una stella ad un massimo di tre stelle, in base al rispetto degli standard di legalità.

In aggiunta, Farmo ha attuato un Codice Etico, anch'esso ricalcante il modello di responsabilità previsto dalla certificazione SA 8000, che si rivolge a tutti i dipendenti dell'azienda ed è, quindi, esposto nelle bacheche all'interno dei locali aziendali, affinché tutti possano essere informati adeguatamente sulla condotta da mantenere.

Per i principi e le norme di comportamento è in essere un'Istruzione, che prevede delle specifiche regole aziendali che governano vari aspetti comportamentali, da quelli igienici a quelli attinenti alla sicurezza di prodotto.

Con il fine di promuovere pratiche commerciali responsabili in materia di etica e integrità e di responsabilità sociale ed ambientale, il Codice di Condotta Commerciale di Farmo è utilizzato quale linea guida per una filiera sostenibile e responsabile. Il Codice si inserisce all'interno di un processo di selezione e monitoraggio della catena di fornitura dell'azienda che presuppone una verifica di criteri legati alla solidità, competitività ed economicità del fornitore, ma anche di criteri di responsabilità etica, sociale e ambientale, presupposti fondamentali per lo sviluppo di un rapporto commerciale duraturo e trasparente.

02.

LA VISION DI SOSTENIBILITÀ

Applichiamo criteri di sostenibilità per valutare, quotidianamente, l'impatto che le nostre scelte di business hanno sull'ambiente, sulla società e sull'azienda stessa, affiancando agli obiettivi economici, concreti risultati etici.



02. LA VISION DI SOSTENIBILITÀ

1. UNA TAVOLA RICCA DI VALORI: L'IMPEGNO DI FARMO

La vision di Farmo è accrescere il benessere e migliorare la qualità della vita, una filosofia ben radicata nel DNA aziendale che sposa l'idea secondo cui il vivere bene è un viaggio accessibile a tutti, una scelta che si rinnova ogni giorno a partire dal cibo.



Per venire incontro ai propri valori, Farmo ritiene di uguale importanza il gusto per il cibo e il gusto per il vivere bene e in forma. È per questo motivo che l'obiettivo dell'azienda è focalizzato sull'offrire un'alimentazione che sia di nutrimento per il corpo e per l'anima.

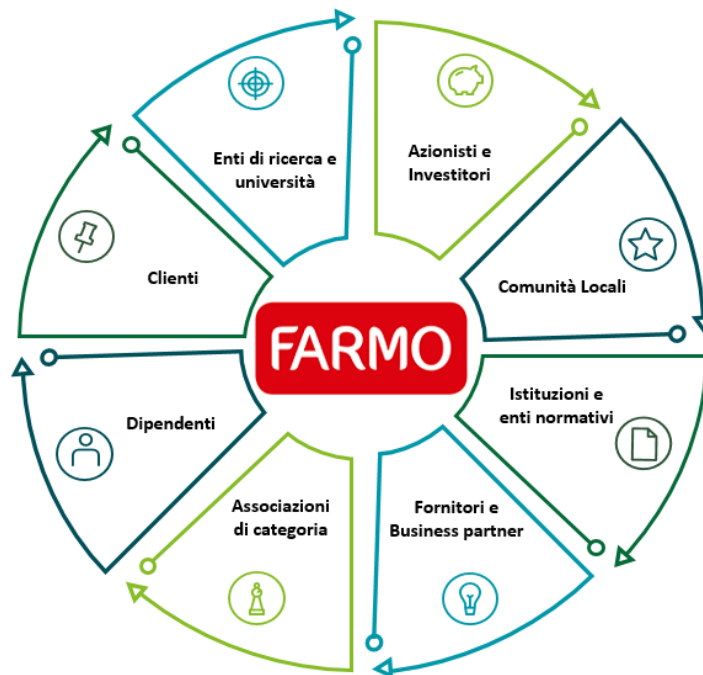
Teatro dell'attività di Farmo è la tavola: con la cultura tutta italiana del buon cibo, l'azienda riesce a portare in tavola alimenti buoni e salutari, per una vita in forma e piena di energia, che non rinuncia al piacere del mangiare bene. Nel fare questo, requisito fondamentale è l'attenzione agli aspetti di sostenibilità: la Società, infatti, crede fortemente che per condividere la propria idea di "Eat a better life" sia necessario operare in modo sostenibile, prestando massima attenzione alle dinamiche ambientali e sociali.

Il modello adottato da Farmo per la creazione di valore sostenibile è incentrato su un dialogo costante con i propri Stakeholder e fa perno sullo sviluppo di competenze tecnico-scientifiche, sulla scelta di materie prime eccellenti e su schemi di certificazione riconosciuti a livello internazionale, al fine da soddisfare i più elevati standard qualitativi e le esigenze dei propri Clienti. Alla luce della crescente attenzione per la sostenibilità in generale e in considerazione del settore di riferimento, Farmo ha deciso di applicare i criteri ESG (Environmental, Social & Governance) per valutare, quotidianamente, l'impatto che le scelte di business hanno sull'ambiente, sulla società e sull'azienda stessa, affiancando quindi agli obiettivi economici concreti risultati etici. Per tale motivo, oltre ad essere un'azienda "gluten free", Farmo ha lanciato il progetto "plastic free", con cui si impegna a ridurre gli sprechi e l'inquinamento da plastica, sia a uso personale che a uso aziendale.

2. GLI STAKEHOLDER

Gli stakeholder, ovvero tutti quei soggetti, individui o gruppi di individui, con cui l'azienda collabora, dialoga e interagisce quotidianamente, ricoprono un ruolo fondamentale per il modello di creazione di valore adottato da Farmo. È infatti mediante il loro coinvolgimento e la considerazione delle loro esigenze che l'azienda è capace di mantenere una vista solida sui contesti in cui opera, impegnandosi a portare le loro necessità all'interno dei processi decisionali e definendo obiettivi economici, ambientali e sociali che siano in linea con le loro priorità.

Nell'ambito dello svolgimento della sua prima analisi di materialità, Farmo ha definito la propria mappa degli stakeholder rilevanti come segue:



Farmo adotta con i suoi stakeholder una comunicazione costante e trasparente, in modo tale da mantenere un dialogo continuativo, partecipativo e costruttivo. Anche nel 2022, l'azienda ha continuato a confrontarsi con i suoi stakeholder e ha potenziato i canali per raggiungere ciascuno di essi, ricreando spazi di dialogo e coinvolgimento capaci di offrire rinnovate opportunità di creazione di valore condiviso.

Per ogni categoria di stakeholder Farmo adotta diverse modalità di dialogo. Vengono organizzate visite, presentazioni aziendali e invio di campionature specifiche per fornitori, business partner e clienti, e attraverso incontri specifici e riservati sono coinvolti azionisti, investitori, istituzioni ed enti normativi.

Farmo collabora con enti di ricerca e università portando avanti progetti di ricerca sulla base delle richieste che emergono in ambito economico e tecnologico e aderisce alle richieste di sponsorizzazione di enti locali e associazioni di categoria, supportando le iniziative con l'invio di prodotti o materiale promozionale.

Infine, Farmo organizza corsi di formazione continua, eventi ricreativi e di aggregazione per coinvolgere i dipendenti nella realtà aziendale, oltre a renderli parte attiva nel processo di sviluppo dei nuovi prodotti in modo da valorizzare l'esperienza appresa sul campo.

3. L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità rappresenta il punto di partenza per definire i temi oggetto di rendicontazione all'interno del Bilancio di Sostenibilità, ma anche un indirizzo per guidare l'impegno della Società e la sua strategia.

L'aggiornamento dell'analisi di materialità per l'esercizio 2022 ha previsto l'individuazione degli impatti generati dalla Società, categorizzati in positivi e negativi, effettivi o potenziali, e il successivo raggruppamento degli stessi in una rosa circoscritta di tematiche materiali.

Le tematiche riportate di seguito riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali più significativi per il Gruppo in relazione al contesto in cui opera e alla natura della sua organizzazione:

| Tematiche materiali | Principali impatti | Tipologia impatti | Descrizione dei principali impatti | Principali presidi e attività |
|---|---|---------------------|---|--|
| Sicurezza e qualità del prodotto | Impatti negativi riconducibili a inadeguate caratteristiche qualitative e di integrità del prodotto | Negativo potenziale | Sviluppo di prodotti che non rispettino gli standard qualitativi e di sicurezza alimentare del settore, con conseguenze negative sulla soddisfazione e sulla salute dei clienti | <ul style="list-style-type: none"> • Politica sulla Qualità • Certificazione Gluten Free • Certificazioni di prodotto e di stabilimento: BRC, IFS, NON GMO Project, certificazione biologica, Fairtrade, Kosher e SMETA • Certificazioni FSMA e UTZ per operare in mercati differenti da quello italiano |
| Etica e compliance | Non conformità a leggi, normative e standard | Negativo potenziale | Non conformità a leggi, normative, standard interni ed esterni applicabili con impatti indiretti su dipendenti, clienti e fornitori | <ul style="list-style-type: none"> • Codice Etico • Codice di condotta commerciale • Certificazione SMETA • Rating di legalità |
| | Condotta non etica del business e potenziali casi di corruzione | Negativo potenziale | Impatti negativi sulle persone e sui sistemi economici generati da una condotta non etica del business | |

| | | | | |
|--|---|---------------------|---|--|
| | Comportamento anti-competitivo e pratiche monopolistiche | Negativo potenziale | Comportamento anti-competitivo e pratiche monopolistiche con impatti negativi sull'economia e sui mercati | |
| Salute e sicurezza sul luogo di lavoro | Incidenti sul luogo di lavoro | Negativo attuale | Infortuni e/o altri incidenti connessi allo svolgimento delle mansioni lavorative, con conseguenze negative per la salute dei dipendenti | <ul style="list-style-type: none"> • Politica in tema Salute e Sicurezza • Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) conforme al D.Lgs. 81/2008 • Formazione periodica in tema di Salute e Sicurezza • Monitoraggio e prevenzione degli incidenti nei luoghi di lavoro |
| Soddisfazione del personale e inclusività | Generazione di posti di lavoro | Positivo attuale | Creazione di occupazione mediante l'inserimento di risorse in azienda e la creazione di percorsi di crescita | <ul style="list-style-type: none"> • Stabilizzazione dei contratti di lavoro del personale proveniente da cooperative esterne • "Farmo Academy", area dedicata al training all'interno dello stabilimento "Farmo Four" • Conduzione di attività volte a sviluppare e potenziare le competenze tecniche, manageriali e organizzative • Adozione di politiche e benefit volti a migliorare il benessere dei dipendenti • Sviluppo di pratiche e condizioni di lavoro adeguate, volte ad assicurare l'inclusione e le pari opportunità |
| | Formazione e sviluppo delle competenze dei lavoratori | Positivo attuale | Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso attività di formazione e di sviluppo professionale | |
| | Discriminazione e pratiche non inclusive sul luogo di lavoro che non tengono conto delle diversità e delle categorie di minoranza | Negativo potenziale | Impatti negativi sul benessere, sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti a causa di comportamenti discriminatori (es. legati al genere, età, etnia, etc.) o altre pratiche non inclusive | |
| Materiali e imballaggi | Consumo di risorse e materie prime per il processo produttivo e le attività della Società | Negativo attuale | Utilizzo di risorse e materie prime naturali nel processo produttivo con conseguenti impatti negativi legati all'aumento dei rifiuti e alla riduzione degli stock naturali | <ul style="list-style-type: none"> • Creazione di percorsi di circolarità per il riutilizzo delle materie prime naturali • Utilizzo di materiale riciclato • Utilizzo di carta e cartone certificata • Promozione di modelli di riutilizzo degli imballaggi |
| Ricerca e Sviluppo | Innovazione dei prodotti e dei processi con ricadute positive sulle persone e sui sistemi economici | Positivo attuale | Sviluppo e implementazione di processi, tecnologie e attività di Ricerca e Sviluppo capaci di guidare l'azienda nella corretta interpretazione delle esigenze alimentari dei clienti e dei nuovi trend di mercato | <ul style="list-style-type: none"> • Team dedicato alla Ricerca e Sviluppo coordinato dalla Direzione • Area dedicata esclusivamente ai test di prodotto all'interno dello stabilimento "Farmo Four" • Modulo standardizzato realtivo alle attività di ricerca e sviluppo |

| | | | | |
|--|--|---------------------|--|--|
| Performance economica | Creazione e distribuzione di valore economico agli stakeholder della Società | Positivo attuale | Generazione di valore economico e distribuzione alle parti interessate con l'obiettivo di creare valore condiviso verso tutti gli attori con cui si relaziona | <ul style="list-style-type: none"> • Approccio prudentiale e processi di allocazione delle risorse volte a generare valore economico sostenibile • Identificazione e gestione dei rischi e delle incertezze |
| Marketing ed etichettatura responsabile | Divulgazione di informazioni ingannevoli | Negativo potenziale | Utilizzo di una comunicazione fuorviante, non completa e poco trasparente, e uso di etichette di prodotto riportanti indicazioni errate | <ul style="list-style-type: none"> • Adozione di informative e campagne commerciali trasparenti, con particolare attenzione alle informazioni relative a valori nutrizionali, certificazioni e standard del settore alimentare |
| Gestione dei rifiuti | Generazione di scarti dovuti all'attività produttiva | Negativo attuale | Impatti ambientali negativi derivanti dalla produzione di rifiuti e dal loro smaltimento inadeguato | <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo di programmi di recupero e riciclo degli scarti produttivi in un'ottica di economia circolare |
| Consumi energetici ed emissioni | Consumi energetici | Negativo attuale | Utilizzo di energia elettrica e combustibili con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e sulla riduzione degli stock energetici | <ul style="list-style-type: none"> • Autorizzazione Unica Ambientale (AUA) • Implementazione di programmi e azioni che favoriscano l'efficiamento energetico e la riduzione degli impatti emissivi |
| | Generazione di emissioni GHG dirette e indirette energetiche (Scope 1 e Scope 2) | Negativo attuale | Contributo al cambiamento climatico mediante la generazione di emissioni dirette e indirette energetiche legate alle attività svolte nelle sedi e nei siti della Società | |
| Gestione della catena di fornitura | Creazione di valore sui fornitori locali | Positivo attuale | Promozione degli acquisti presso fornitori locali per favorire il supporto allo sviluppo locale in cui l'azienda opera | <ul style="list-style-type: none"> • Codice di condotta commerciale • Instaurazione di rapporti di lunga durata con fornitori situati in prossimità degli stabilimenti e delle aree presso cui la Società opera • Questionario di valutazione con assesment qualitativo in ambito etico, ambientale e sociale |
| | Impatti negativi dei fornitori sulla catena di fornitura | Negativo attuale | Impatti negativi collegati all'approvvigionamento di beni e servizi da fornitori, in particolare agli impatti generati da essi su aspetti ambientali e sociali | |

Nella sezione “Allegati” del presente documento si riporta un approfondimento sulla correlazione degli impatti agli indicatori GRI e al coinvolgimento della Società negli impatti attraverso le sue attività o come conseguenza dei suoi rapporti di business.

L'analisi di materialità aggiornata nel 2022 ha costituito un primo esercizio per rispondere alle nuove richieste dei GRI Standards. Già dal prossimo esercizio, il Gruppo valuterà di coinvolgere in maniera diretta i propri stakeholder al fine di valorizzare e affinare ulteriormente il lavoro avviato.

03.

LA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Una produzione 100% Italiana. Una bontà che parte dalla scelta di materie prime eccellenti: ogni prodotto Farmo è frutto di una ricerca accurata dei migliori ingredienti, che selezioniamo nei nostri laboratori per garantire la più elevata qualità.



03. LA RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

1. I PRODOTTI DI FARMO

È attraverso l'utilizzo delle migliori tecnologie produttive che Farmo offre sul mercato i migliori prodotti, destinati ad una sempre più ampia platea di consumatori.

I prodotti di Farmo rientrano nelle seguenti categorie: Baking Mixes, Gluten Free Pasta, Cakes, Salty Snacks, Protein, Professional, Legume Pasta e Cookies. Molti di questi sono stati via via aggiunti nel corso degli anni, con l'evolversi del mercato e delle esigenze dei consumatori, che vedono in Farmo un punto di riferimento nel mondo del senza glutine. Infatti, fin dalla sua nascita, l'azienda è stata l'unica produttrice al mondo che coprisse interamente le tre aree di business considerate principali in questo settore, ossia Baking Mixes, Bakery e Pasta, sviluppando negli anni un know-how ineguagliabile.



Baking Mixes



Gluten Free Pasta



Cakes



Salty Snacks



Protein



Professional



Legume Pasta



Cookies

Benessere e sana nutrizione sono due valori fondamentali per Farmo, che vengono senza dubbio esaltati e rispettati grazie allo studio che precede lo sviluppo di ciascun prodotto, nel quale è posta un'attenzione unica, che la Società riserva alla creazione non solo dei nuovi prodotti, ma anche di quelli che fanno parte ormai da tempo dell'assortimento.

Uno degli obiettivi principali dell'azienda è quello di essere al passo con i nuovi trend: è proprio per questo motivo che, soprattutto a partire dal 2021, Farmo si è impegnata nello sviluppo di nuovi prodotti *high protein*, come ad esempio la pasta di legumi, e di prodotti che rispettino la dieta chetogenica, così da poter offrire una gamma sempre più completa ed assortita che, oltre al gluten free, copra anche le aree di business dedicate ai prodotti organici e vegani.

In questo contesto, ultima importante novità è la linea "Farmo Protein" ad alto contenuto proteico di origine vegetale. Farmo Protein è una linea di prodotti indicata in particolare per chi svolge attività fisica a vario livello ma, più in generale, a chi predilige uno stile di vita sano. Questa linea offre un'ampia scelta di alimenti nutrienti e gluten free, altamente proteici e con elevati valori nutrizionali andando a coniugare il principio del "mangiare meglio" con il piacere del palato.



La pasta è certamente l'alimento di punta per Farmo: da un lato la tradizione, la "Linea Blu", completamente gluten free e in grado di soddisfare anche i palati più esigenti, fiore all'occhiello dell'azienda e icona del gusto italiano, dall'altro l'innovazione, il "Legume Pasta", realizzato con soli due ingredienti, lenticchie e ceci, con il 30% di carboidrati in meno e il doppio di fibre e proteine vegetali. Tutto questo rispettando sempre i profumi e i sapori della tradizione italiana.

Tutta la gamma di prodotti di Baking Mixes, invece, è concepita per chi ama misurarsi ai fornelli, giovani e adulti, e comprende i preparati per pane, pasta, torte e dolci. La linea è il risultato di importanti studi per favorire combinazioni di materie prime che si rendano assimilabili e modellabili come le farine tradizionali. Infatti, da questi stessi Mix nascono le linee di Cookies, Cakes e Salty Snacks, ideate e implementate nel tempo per poter raggiungere le preferenze e i gusti di tutti i consumatori e coprire tutti i momenti della giornata, dalla colazione alla merenda, dall'aperitivo al dessert. È prevista per il 2023 la presentazione di nuovi mix gluten free che andranno a completare la già famosa e apprezzata linea Professional.

Una caratteristica che distingue la Società dalla maggior parte delle altre aziende è che ogni prodotto Farmo è interamente concepito e creato all'interno degli stabilimenti della Società, dove vengono effettuati rigidi controlli sulla qualità e sulla sicurezza alimentare.

2. STANDARD QUALITATIVI E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Per poter rispettare gli standard qualitativi più elevati e le aspettative dei propri consumatori, Farmo possiede le più importanti certificazioni di prodotto e di stabilimento: BRC, IFS, NON GMO Project, certificazione biologica, Fairtrade, Kosher e certificazione etica SMETA.

Tutti i prodotti Farmo possiedono, inoltre, le certificazioni Gluten Free, essendo conformi allo standard GFCO previsto dal Gluten Intolerance Group e secondo lo standard GFCP (Gluten Free Certification Program) della Canadian Celiac Association (CAA).



La Società è dotata anche delle certificazioni che le permettono di operare in mercati differenti da quello italiano, come ad esempio la certificazione FSMA e la certificazione UTZ.



Farmo adotta una politica sulla qualità che, tra i diversi obiettivi, ha lo scopo di creare una forte cultura interna in merito alla sicurezza alimentare al fine di porre la qualità dei prodotti e la sicurezza dei clienti al centro della propria attività.

Assicurare una piena soddisfazione del cliente è per Farmo una priorità assoluta e imprescindibile, che va di pari passo con la spinta verso l'innovazione e la sostenibilità. Inoltre, l'azienda si impegna in prima persona a costruire un rapporto di fiducia con i propri consumatori, utilizzando una comunicazione sempre veritiera e trasparente.

La capacità innovativa dell'azienda si basa su una continua sperimentazione che, grazie allo sviluppo di sistemi produttivi e tecnologie all'avanguardia, unito alla scelta e all'utilizzo di materie prime di primissima qualità, consente a Farmo di proporre ai clienti una vasta gamma di prodotti di qualità eccellente. Ecco, quindi, che la sinergia fra tecnologie produttive, ricerca e materie prime permette di offrire un'ampia gamma di prodotti capaci di rispondere e soddisfare le più variegate esigenze alimentari, valorizzando la buona e semplice cucina italiana.

La soddisfazione del cliente viene misurata attraverso diversi strumenti e canali: primo fra tutti, un questionario condiviso periodicamente con i consumatori attraverso il quale è possibile offrire un feedback in merito all'esperienza avuta con Farmo. Dall'ultima analisi delle risposte fornite dai clienti, effettuata nel 2021, è emerso che il 75% degli intervistati giudica OTTIMA la qualità dei prodotti e il livello di assistenza offerta da Farmo. Inoltre, è stata eseguita a fine 2020 una valutazione della percezione di qualità da parte dei consumatori, in ambito della vendita e consumo dei prodotti realizzati da Farmo: 300 consumatori hanno testato i prodotti appartenenti alle categorie pasta, preparati per dolci e biscotti; l'intenzione di acquisto "in blind" dei prodotti si è attestata a quasi il 90%.

Un altro strumento molto utile è l'utilizzo dei social network, potenziati in particolar modo negli ultimi anni, tramite i quali Farmo crea un costante engagement con i propri follower e monitora eventuali segnalazioni e/o reclami. Attraverso questi canali, Farmo è inoltre in grado di definire i prodotti che riscuotono maggior successo, tramite l'apprezzamento e le interazioni dei soggetti che interagiscono con le piattaforme online, indirizzando al meglio le proprie decisioni strategiche sui prodotti.

Infine, l'analisi sulla soddisfazione dei clienti viene effettuata attraverso la valutazione del fatturato, delle quantità vendute e del numero di referenze. Il 2022 si è concluso con una produzione così suddivisa: 70% pasta e 30% tra bakery e Mix; in particolare per la categoria di prodotti da forno dolci è stata trainante la produzione di "Cakes", pari a 378 tonnellate, con un incremento dell'8% rispetto al 2021. Sul fronte Estero, oltre alle consolidate collaborazioni già esistenti nel mercato statunitense, si conferma l'inserimento sempre sullo stesso mercato del nuovo cliente Banza, *food manufacturer* oggi quinto marchio di pasta negli Stati Uniti, che continuerà a dare i suoi frutti anche nel corso del 2023.

3. INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO

L'innovazione rappresenta il cuore pulsante di Farmo. È per tale motivo che l'azienda sceglie di destinare, ogni anno, una percentuale pari a circa il 4% dei ricavi in ricerca e sviluppo. Nel corso degli anni, Farmo ha sviluppato competenze tecnico-scientifiche nel settore della ricerca applicata con la finalità di sviluppare e produrre alimenti di altissima qualità specificamente destinati al settore del Gluten Free. La componente innovativa è una delle caratteristiche più apprezzate dai clienti di Farmo e che negli anni ha conferito all'azienda una posizione di rilievo nel settore.

Dell'area Ricerca e Sviluppo si occupa, internamente, un team composto da 4 persone dotate di background e competenze diverse e coordinato dalla Direzione. Alla luce di un mercato che esprime esigenze sempre nuove, Farmo sta attualmente valutando di potenziare ulteriormente il team, al fine di aumentare le risorse dedicate allo studio e all'applicazione di nuove materie prime utili all'ampliamento della gamma prodotti.

La ricerca e lo sviluppo interessano due fronti principali, quello del *private labeling* e quello dei progetti interni. Nel primo caso, l'azienda offre il suo *know-how* al cliente privato al fine di poter giungere insieme alla creazione di un prodotto unico, che rispetti pienamente le esigenze e le richieste del cliente stesso; nel secondo caso, l'attività di ricerca viene condotta costantemente per poter offrire al mercato prodotti sempre nuovi e che rispecchino le ultime tendenze in termini di dieta senza glutine.

Presso il nuovo stabilimento "Farmo Four", seguendo le attività già avviate nel corso del 2022, è in fase di ultimazione entro il 2023 la nuova "Farmo Academy", uno spazio che verrà interamente dedicato a corsi di formazione per il personale tecnico, per gli studenti di scuole alberghiere o direttamente per i consumatori, anche attraverso il supporto dell'Associazione Italiana Celiachia, con l'obiettivo di dare il via ad una vera e propria educazione alimentare relativa ai prodotti gluten free.

Sempre all'interno dello stesso stabilimento, è in fase di ampliamento il laboratorio di Ricerca e Sviluppo. A regime, Farmo potrà contare su una linea pilota dedicata alla produzione di pasta grazie alla quale riuscirà a condurre test su scala industriale e a ridurre gli sprechi. Grazie a questa importante novità, l'azienda potrà svolgere un numero superiore di verifiche su nuove materie prime.

In un'ottica di efficientamento delle risorse, inoltre, Farmo ha predisposto un modulo standardizzato relativo alle attività di ricerca e sviluppo, sottoposto ai clienti privati a partire dal 2023, al fine di definire preliminarmente tutte le possibili tematiche inerenti allo sviluppo di un nuovo prodotto, così da ridurre al minimo gli sprechi di materiali e di tempo e proporre un prodotto che incontri le esigenze di ciascun cliente.

04.

LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

La tavola è il nostro ambiente ideale, il nostro punto di partenza e il nostro punto di arrivo: per portare in essa alimenti buoni e salutari, ci impegniamo ogni giorno nel rispetto dell'ambiente che ci circonda.



04. LA RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

1. L'IMPEGNO VERSO L'AMBIENTE

La tavola rimane per l'azienda l'ambiente ideale, il punto di origine e di arrivo, coadiuvato con un sano rispetto per gli aspetti ambientali, requisito fondamentale per lo sviluppo di un business responsabile a lungo termine e per condividere i valori che Farmo ha fatto propri nel corso degli anni. Gli aspetti legati all'impatto ambientale, alla sicurezza e all'igiene sul luogo di lavoro sono di fondamentale importanza: per tale motivo la politica adottata nella gestione delle attività di Farmo si basa su principi saldi e precisi, condivisi con i dipendenti così come con i partner commerciali dell'azienda.

Farmo si è dotata dell'Autorizzazione Unica Ambientale (AUA), strumento giuridico-amministrativo che ricomprende tutti i titoli abilitativi in campo ambientale di cui un'impresa ha bisogno per il proseguimento della sua attività.

Sul fronte della riduzione degli impatti ambientali, Farmo sta implementando strategie green sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Tali strategie, una su tutte quella rivolta alla riduzione degli impatti derivanti dall'utilizzo della plastica negli imballi, hanno l'obiettivo di ridurre l'impronta ambientale di Farmo, facendo avanzare l'azienda verso lo sviluppo di un business più sostenibile. Una ricerca attenta è stata dunque dedicata e applicata al packaging, riducendone lo spessore e ora reso completamente riciclabile per la linea Bio e per la nuova linea Protein.

Inoltre, l'azienda sta gradualmente procedendo a una totale eliminazione dei rifiuti plastici che si producono nel corso delle normali attività lavorative, come ad esempio le bottiglie d'acqua di plastica. Questo impegno ha portato l'azienda a dotare tutto il personale di apposite borracce e installare in tutti i locali dei distributori ad hoc per il loro riempimento. L'intervento ha riguardato anche il locale adibito a mensa aziendale, da cui sono stati rimossi tutti gli utensili in plastica da cucina, inclusi piatti e posate, ricreando, nei limiti del possibile, uno spazio sempre di più a impatto ambientale ridotto.



Plastic free

Un progetto volto alla riduzione a 360 gradi dell'utilizzo dei materiali plastici

2. L'ENERGIA E GLI IMPATTI AMBIENTALI

In attuazione della sua politica ambientale, la direzione di Farmo fissa regolarmente una serie di obiettivi e azioni di miglioramento da raggiungere al fine di ottimizzare sempre più le sue performance ambientali e promuovere i temi legati a sicurezza e igiene sul posto di lavoro, oggetto di valutazione periodica.

Per la propria attività produttiva, Farmo impiega gas naturale ed energia elettrica e ha fatto registrare dei consumi, per il 2022, in aumento del 6% rispetto all'anno precedente, dovuto all'incremento generale sul fronte produttivo. A fronte di questo dato, si segnala che nel 2022 il rapporto di intensità energetica (che esprime l'energia totale consumata dall'azienda rispetto alle tonnellate di prodotto realizzate) è stato pari a 0,0025 GJ/t, in riduzione del 5% rispetto al 2021. Questo importante risultato trova diretto riscontro nelle azioni di efficientamento portate avanti da Farmo nel corso degli anni, che hanno permesso di consolidare un'efficienza operativa tale da mantenere costanti le performance energetiche dell'azienda, anche dinanzi a incrementi produttivi.

La Società si è inoltre dotata negli ultimi anni di veicoli con tecnologia ibrida o *full electric*, destinati all'uso promiscuo, e sta valutando per i prossimi anni la possibilità di acquistare energia elettrica certificata proveniente al 100% da fonti rinnovabili.



16.149 GJ

Consumi energetici totali nel 2022



+4%

Utilizzo di gas naturale rispetto al 2021



+8%

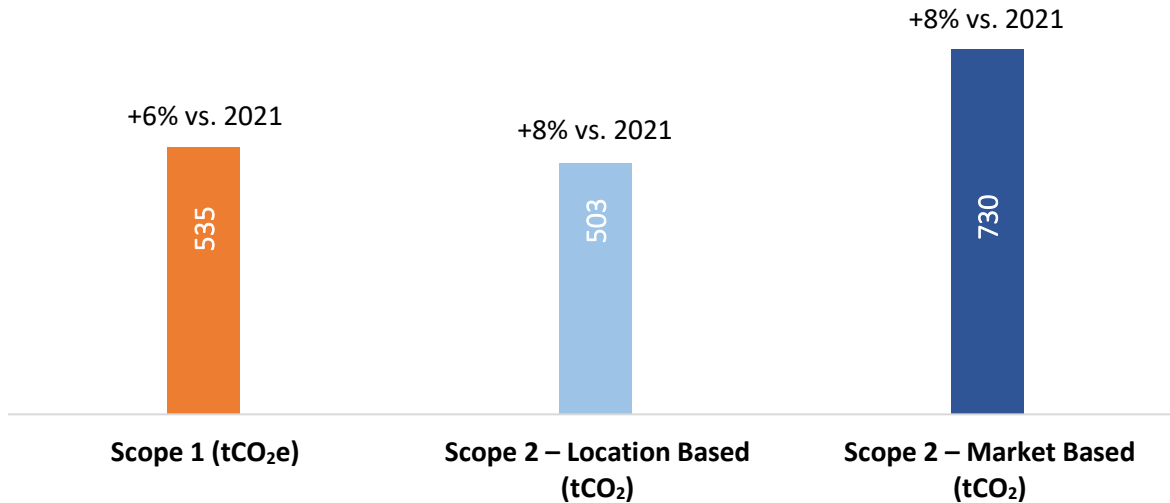
Acquisto di energia elettrica rispetto al 2021



-5%

Il nostro rapporto di intensità energetica (GJ/t) rispetto al 2021

EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE DI GHG (SCOPE 1 E SCOPE 2)



Per quanto riguarda le emissioni dirette di GHG (Scope 1) e le emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2), si segnalano degli incrementi ricompresi in un range del 6-8% rispetto al 2021, in linea con i maggiori consumi energetici registrati nel corso dell'anno. Anche in questo caso, il rapporto di intensità emissiva (che esprime le emissioni dirette e indirette generate dall'azienda rispetto alle tonnellate di prodotto realizzate) ha fatto registrare una diminuzione del 4% rispetto al periodo precedente, sia considerando la parte Location che la Market Based.

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti prodotti nel corso dell'attività, gli stessi sono conferiti, per operazioni di recupero o in minima parte per allocazione in discarica, a smaltitori esterni autorizzati secondo le leggi vigenti in materia. La parte di rifiuti considerati indifferenziati rientra nel sistema di smaltimento dello scarto organico, con la possibilità di separare una parte umida, strettamente legata allo scarto alimentare, che viene trasformata in mangimistica con la tecnica del compostaggio.

Anche parte della plastica utilizzata nel confezionamento dei prodotti viene rivenduta a un'azienda esterna che la riutilizza come materiale privilegiato.

I rifiuti cartacei invece, quindi la carta e il cartone prevalentemente provenienti dagli imballaggi, sono destinati al macero: in ottica di ottimizzazione e sensibile riduzione dello spazio e del numero dei trasporti, Farmo si è dotata di una pressa destinata alla compressione del materiale direttamente in loco.

Gli scarichi idrici non sono smaltiti internamente alla Società in quanto la stessa non è dotata di un impianto di depurazione interna. I reflui sono quindi destinati ad un impianto di terze parti che li purifica e smaltisce correttamente.

3. UTILIZZO DI MATERIALI E IMBALLAGGI

La confezione dei prodotti ricopre un ruolo fondamentale per Farmo e per i suoi consumatori, in quanto assicurano la protezione delle caratteristiche organolettiche dei prodotti, il mantenimento della qualità e della sicurezza e la conservazione nel tempo.

Al fine di ridurre l'impatto dei propri prodotti, Farmo ha avviato specifiche iniziative di riduzione dello spessore della plastica, sia con riferimento a quella utilizzata internamente nel corso del processo produttivo che di quella utilizzata per le confezioni alimentari. Questo intervento riguarda non solo la plastica, ma tutti quei materiali che entrano in gioco nel processo di confezionamento. Gli impegni e le direttrici di sviluppo relativi ai materiali e agli imballaggi possono essere riassunti come segue:

- riduzione della quantità dei materiali utilizzati, pur mantenendo gli standard qualitativi, di sicurezza e di igiene;
- utilizzo di carta e cartone certificata, proveniente da foreste gestite in maniera responsabile;
- promozione di modelli di riutilizzo degli imballaggi;
- utilizzo di materiale riciclato, se in grado di assicurare le proprietà dell'alimento e le stesse prestazioni di un materiale convenzionale.

In riferimento al cartone impiegato, Farmo si approvvigiona da fornitori certificati che indicano all'azienda quanta parte del cartone fornito deriva da fibra vergine e quanta proviene da riciclo.

Gli scarti produttivi direttamente legati ai prodotti alimentari, invece, sono in larga misura riutilizzati, con una sensibile diminuzione dell'uso di nuove materie prime naturali: Farmo si è infatti dotata di un macchinario a mulino in grado di rimacinare la pasta, trasformandola così in nuove tipologie di farine e conferendole una nuova vita.

I materiali utilizzati da Farmo sono, per il 98%, provenienti da fonti rinnovabili, mentre circa l'11% degli stessi proviene da riciclo e si riferiscono principalmente a scatole, ad astucci e ad altro materiale di consumo.



98%

I materiali utilizzati provenienti da fonti rinnovabili



Una nuova vita per i nostri scarti

La quasi totalità della pasta scartata viene trasformata in nuovo prodotto

05. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Le nostre persone e il loro talento eccezionale sono il cuore della nostra azienda. Lavorare in Farmo significa vivere un'esperienza appagante e formativa, con percorsi di crescita e sviluppo ritagliati sulle caratteristiche peculiari di ciascuna persona.



FARMO®



05. LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

1. LE PERSONE DI FARMO

Sono le persone, il loro benessere, la loro crescita e il loro sviluppo professionale a essere il fulcro del successo di Farmo. Nella gestione dei suoi dipendenti, Farmo promuove una cultura aziendale in grado di attrarre e sviluppare i migliori talenti, migliorare le abilità delle persone e la loro capacità di lavorare in gruppo e riconoscere e premiare le loro performance, con l'obiettivo finale di contribuire alla loro soddisfazione professionale e personale.

Per Farmo, uguaglianza, inclusione e diversità sono parte integrante della cultura aziendale, dei valori e del Codice Etico, nonché un fattore determinante per il suo modello di crescita e del suo modo di fare impresa.

I canali in essere con le Università locali permettono una costante evoluzione dell'azienda, che ritaglia dei percorsi specifici di inserimento per i giovani talenti che si sono contraddistinti durante il loro periodo di stage, a conclusione del quale Farmo propone un contratto di apprendistato.

Per le proprie attività, Farmo si avvale anche di lavoratori esterni provenienti da una cooperativa locale, che svolgono principalmente mansioni di facchinaggio e confezionamento dei prodotti e ammontano mediamente a un totale di circa 20 lavoratori, suddivisi nei due stabilimenti "Farmo One" e "Farmo Next".

Dagli ultimi mesi del 2021, Farmo si serve anche di due agenzie di somministrazione, che supportano la Società nella ricerca dei lavoratori più adatti ai ruoli e alle mansioni aperte. Anche nei loro confronti, l'azienda si impegna nell'inserirli a titolo definitivo nell'organico aziendale tramite l'offerta di un contratto di lavoro.

Al 31 dicembre 2022, Farmo conta un organico di 54 dipendenti, un dato in aumento del 15% rispetto a quello dell'anno precedente (47 dipendenti) e con un turnover molto basso, a testimonianza di un ambiente favorevole per la creazione di rapporti duraturi.



54

Dipendenti al 31 dicembre 2022 (+15% rispetto al 2021)



46%

Il personale femminile al 31 dicembre 2022 (+1% rispetto al 2021)

Lo sviluppo dei propri dipendenti è uno degli aspetti più importanti per Farmo. È anche per tale motivo che la Società procede alla valutazione annuale della performance, svolta singolarmente per ciascuna risorsa. Il risultato della valutazione, che tiene conto delle competenze acquisite nel corso degli anni dal momento dell'assunzione, viene poi condiviso e discusso dal Responsabile di produzione e dal Responsabile delle risorse umane. A un risultato positivo di valutazione segue l'erogazione di un premio, elargito dal Responsabile di reparto/ufficio, o la promozione ad un ruolo più elevato.

Lo sviluppo professionale e personale dei propri dipendenti passa anche e soprattutto da un piano formativo costantemente aggiornato e funzionale ai ruoli ricoperti. Una parte della formazione viene gestita internamente dal Responsabile per il controllo e la qualità, mentre la formazione specifica in materia di salute e sicurezza viene erogata da un consulente esterno. Il piano formativo viene organizzato, in ogni caso, previa discussione con i responsabili delle varie funzioni, a seconda delle esigenze formative specifiche di ognuno. In occasione di richieste specifiche, Farmo si impegna, ove possibile, per l'erogazione di training inizialmente non mappati all'interno del piano, venendo in contro alle esigenze dei propri dipendenti.

Si segnala infine che è in fase di ultimazione la nuova "Farmo Academy", uno spazio che verrà interamente dedicato a training interni ed esterni.

2. SALUTE E SICUREZZA: UNA PRIORITÀ

Farmo considera la tutela della salute dei lavoratori e della sicurezza sui luoghi di lavoro una priorità assoluta e un prerequisito insuperabile per lo svolgimento della propria attività. A tal fine, l'azienda ha implementato una politica aziendale ed effettua periodicamente la valutazione dei rischi a cui sono esposti i lavoratori in linea con il D.Lgs. 81/08.

Farmo presta grande attenzione all'utilizzo di una comunicazione chiara e costante, sempre con il fine di condividere con tutto il personale l'importanza dell'applicazione delle corrette procedure di sicurezza.

Nell'ottica di arginare tutti i possibili rischi, la Società si è dotata negli ultimi anni e per ciascuno degli stabilimenti produttivi, delle macchine di defibrillazione. Alla installazione dei macchinari è seguito un corso di formazione sul loro corretto utilizzo, erogato da personale tecnico. Incrementando ulteriormente i propri sforzi, la Società si è impegnata affinché vi sia sempre almeno un lavoratore competente all'utilizzo di tale strumentazione all'interno degli stabilimenti, durante gli orari di lavoro.

Il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione è una figura esterna all'azienda che supporta Farmo nella definizione del piano di prevenzione dei rischi e nell'attuazione di piani e politiche per la salvaguardia della sicurezza sul luogo di lavoro.

Farmo tiene costantemente sotto controllo gli indici di infortunio operando in maniera decisa sulla sensibilizzazione del personale, attraverso attività di formazione e informazione interna in merito agli aspetti di sicurezza sul lavoro, e attraverso opportune fasi di addestramento dei dipendenti neoassunti. Si segnala che nel 2022 si sono verificati 2 casi di infortunio sul lavoro, di lieve entità, a fronte di un numero di ore lavorate che supera le 70 mila.



Road to Zero

Nel 2022 si sono verificati 2 incidenti sul lavoro

3. LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

La sostenibilità per Farmo significa gestire responsabilmente l'intera catena del valore, adottando per i propri processi di acquisto pratiche responsabili. Per tale motivo l'azienda ha formalizzato il proprio Codice di Condotta fornitori, grazie al quale sta gradualmente estendendo il presidio e il monitoraggio lungo tutta la filiera.

I valori di acquisto relativi al 2022, che si sono attestati intorno ai 13 milioni di euro, confermano l'attenzione da parte dell'azienda a privilegiare, laddove possibile e preferibile, rapporti con fornitori situati in prossimità degli stabilimenti e delle aree operative, per una migliore capacità organizzativa, per evitare emissioni dovute a spostamenti non necessari su lunghe distanze e per contribuire al supporto economico del territorio.



97%

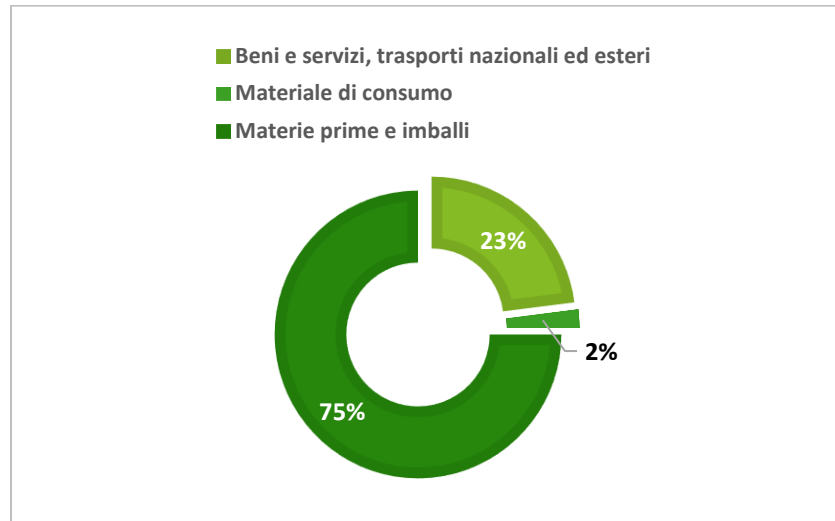
La quota degli acquisti effettuati da Farmo presso fornitori italiani



89%

I fornitori italiani sul totale dei fornitori

ACQUISTI 2022 PER CATEGORIA MERCEOLOGICA (%)



Farmo sottopone ai propri fornitori un questionario di valutazione, tramite il quale traccia i loro dati anagrafici, memorizza le loro informazioni all'interno delle banche dati dell'Ufficio Acquisti e individua quei soggetti che sono più o meno attenti alle tematiche etiche, ambientali e sociali. Attraverso questo strumento, i fornitori sono classificati in base al rischio e, in base a questa classificazione, vengono stabiliti dei criteri di analisi più mirati per le valutazioni successive.

La scelta delle materie prime viene effettuata di concerto dall'Ufficio Acquisti, dall'Ufficio Ricerca e Sviluppo e dall'Ufficio Qualità. Tutti gli ingredienti e le materie prime vengono sottoposti a test periodici e ad analisi di laboratorio, per garantire un prodotto che rispetti sempre i più elevati standard qualitativi.

Dal punto di vista degli impatti economici indiretti, tutti i clienti cui Farmo si rivolge in Italia vengono raggiunti con mezzi su gomma. La Società ha in essere rapporti contrattualizzati sia con trasportatori più strutturati e di grandi dimensioni che con realtà di dimensioni più contenute dislocate sul territorio italiano, con cui definisce mediamente i carichi necessari nell'anno ed il prezzo da applicare. Per ciò che attiene il trasporto delle merci verso l'estero, verso gli Stati Uniti e verso l'Australia, questo avviene principalmente tramite logistica navale per le lunghe tratte. Giunta a destinazione, la merce si sposta, a seconda della distanza del luogo da raggiungere, su camion o su rotaia.

4. IL LEGAME CON IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

Farmo contribuisce attivamente alla crescita delle comunità presso cui opera attraverso il sostegno all'occupazione locale e tramite le numerose partecipazioni, donazioni e sponsorizzazioni.

Nel mese di marzo 2022, a supporto della popolazione ucraina duramente colpita dalla guerra, in collaborazione con la fondazione Caritas di Vigevano e l'associazione "GIA – Genitori in Associazione" di Casorezzo, Farmo ha contribuito – attraverso la donazione dei propri prodotti – agli aiuti umanitari organizzati per far fronte alla crisi umanitaria scaturita dal perpetrarsi del conflitto.

Nel mese di ottobre 2022, Farmo ha supportato la realizzazione di laboratori per bambini nell'ambito del Festival SEGNI New Generations, organizzato dall'Associazione artistica e culturale Segni d'Infanzia. L'iniziativa si è svolta nell'ambito dell'implementazione di un rapporto di collaborazione a carattere promo-pubblicitario.

Nell'ambito della collaborazione con l'Associazione Italiana Celiachia (AIC) – Lombardia, che prosegue ormai da diversi anni, Farmo ha donato nel corso del 2022 dei prodotti alimentari per numerose iniziative ed eventi sportivi: "Corri con Samia – By night", una camminata/corsa non competitiva di 10 chilometri al tramonto realizzato in provincia di Varese presso Ternate; "Sport senza Barriere", due giornate all'insegna dello sport e dell'inclusione, dove si sono potuti condividere momenti di attività sportiva, assistere ad esibizioni sportive anche di discipline paralimpiche, effettuare prove libere e partecipare a laboratori ludici per tutte le età; "Corri CardaCrucca", gara podistica competitiva e non, minigioco per bambini, nordic walking e camminate ludico motorie; "MezzaGo Run" evento ludico motorio a passo libero aperto a tutte le età.

In collaborazione con la pro-loco di Casorezzo, invece, Farmo partecipa attivamente a molte delle attività promosse, principalmente attraverso la donazione di generi alimentari, anche in formato monodose. Alcuni esempi di queste attività sono: la sponsorizzazione nel mese di novembre 2022 dell'evento organizzato per la giornata mondiale contro la violenza sulle donne e la donazione di prodotti monodose per Natale, nel mese di dicembre.

Nel 2022 Farmo ha donato prodotti monodose ai bambini nell'ambito Summer Camp Red&blue 2022, organizzato dall'Associazione Rugby Parabiago, un'associazione sportiva di Rugby fondata nel 1948 con diverse squadre maschili e femminili che coinvolge bambini e adulti, con le quali Farmo condivide la passione e l'importanza che lo sport ricopre soprattutto per le nuove generazioni. Inoltre, le donazioni di prodotti sono state destinate nel 2022 anche a supporto della Fondazione Dynamo Camp Onlus, nata nel 2007 da Fondazione Dynamo, che offre gratuitamente programmi di Terapia Ricreativa con assistenza specifica a bambini affetti da patologie gravi o croniche, genitori, fratelli e sorelle sani.

APPENDICE

APPENDICE

DATI AMBIENTALI

CONSUMI ENERGETICI E IMPATTI EMISSIVI

Consumi energetici totali per fonte

| | 2022 | 2021 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| Consumo totale di energia (GJ) | 16.149 | 15.192 |
| di cui da fonti rinnovabili (GJ) | - | - |
| di cui da fonti non rinnovabili (GJ) | 16.149 | 15.192 |

Consumi energetici totali per tipologia

| | 2022 | 2021 |
|---|---------------|---------------|
| Consumo totale di energia (GJ) | 16.149 | 15.192 |
| di cui energia elettrica (GJ) | 5.749 | 5.347 |
| acquistata (GJ) | 5.749 | 5.347 |
| di cui combustibile (GJ) | 10.400 | 9.845 |
| gas naturale (GJ) | 9.893 | 9.531 |
| gasolio per flotta auto (GJ) ¹ | 125 | 104 |
| benzina per flotta auto (GJ) ¹ | 382 | 210 |

Emissioni totali dirette e indirette

| | 2022 | 2021 |
|---|------------|------------|
| Emissioni dirette Scope 1 (tCO₂e) | 535 | 505 |
| Emissioni indirette Scope 2 – Location based (tCO₂) | 503 | 468 |
| Emissioni indirette Scope 2 – Market based (tCO₂) | 730 | 678 |

¹ Si segnala che per le auto ad uso promiscuo è stato considerato il 70% dei consumi complessivi.

Intensità energetica ed emissiva

| | 2022 | 2021 |
|---|-----------|-----------|
| Produzione (t) | 6.499.055 | 5.836.592 |
| Intensità energetica (GJ/t) ² | 0,0025 | 0,0026 |
| Intensità emissiva - Scope 1 + Scope 2 Location Based (tCO ₂ /t) | 0,00016 | 0,00017 |
| Intensità emissiva - Scope 1 + Scope 2 Market Based (tCO ₂ /t) | 0,00019 | 0,00020 |

Fattori di conversione

| | 2022 | 2021 | Fonte |
|--|--------|--------|---|
| | GJ | GJ | |
| 1 kWh | 0,0036 | 0,0036 | UK Government – GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022 e 2021 |
| 1 Smc di gas naturale per riscaldamento/produzione | 0,0398 | 0,0397 | |
| 1 l di gasolio – flotta auto | 0,0382 | 0,0382 | |
| 1 l di benzina – flotta auto | 0,0343 | 0,0344 | |

Fattori di emissione³

| | 2022 | 2021 | Fonte |
|--|--------|--------|--|
| Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Location based | 0,0003 | 0,0003 | Terna, Confronti Internazionali, 2019 |
| Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Market based | 0,0005 | 0,0005 | AIB, European Residual Mixes, 2022 e 2021 |
| Gas naturale per riscaldamento/produzione (tCO ₂ e/m ³) | 0,002 | 0,002 | UK Government – GHG Conversion |
| Gasolio per autotrazione (tCO ₂ e/l) | 0,0027 | 0,0025 | Factors for Company Reporting, 2022 e 2021 |
| Benzina per autotrazione (tCO ₂ e/l) | 0,0022 | 0,0022 | |

² Il parametro relativo all'indice di intensità energetica tiene in considerazione, al numeratore, il consumo totale di energia all'interno dell'organizzazione (energia elettrica consumata e combustibile impiegato).

³ I fattori di emissione riportati da Terna, Confronti Internazionali versione 2019, e da AIB, European Residual Mixes versione 2022 e 2021, sono espressi in tonnellate di CO₂; tuttavia, la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂e), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

RIFIUTI

Rifiuti per composizione

| Composizione del rifiuto (t) | 2022 | 2021 |
|---|-------------|-------------|
| Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione | 119 | 106 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Cartucce toner esauste | 0,04 | 0,04 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Imballaggi in legno | 7 | - |
| di cui pericolosi | - | - |
| Imballaggi in carta o cartone | 85 | 70 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Imballaggi in plastica | 8 | 8 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Imballaggi in materiali misti | 51 | 65 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Soluzioni acquose di scarto non pericolose | 19 | 36 |
| di cui pericolosi | - | - |
| Totale rifiuti prodotti | 289 | 285 |
| di cui pericolosi | - | - |

DATI RISORSE UMANE

I dati riportati di seguito sono espressi in numero di persone (headcount).

CONSISTENZA DEL PERSONALE

Consistenza della forza lavoro per area geografica e genere al 31 dicembre⁴

| | 2022 | | | 2021 | | |
|--|------|-----|--------|------|-----|--------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| Dipendenti | 29 | 25 | 54 | 26 | 21 | 47 |
| Lavoratori somministrati ⁵ | 5 | 2 | 7 | N/A | N/A | N/A |
| Stagisti ⁵ | 1 | - | 1 | N/A | N/A | N/A |
| Lavoratori da cooperativa ⁶ | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |

Consistenza del personale per area geografica, genere e tipologia contrattuale al 31 dicembre⁴

| | 2022 | | | 2021 | | |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| A tempo indeterminato | 22 | 17 | 39 | 23 | 16 | 39 |
| A tempo determinato | 4 | 5 | 9 | 1 | 2 | 3 |
| Apprendistato | 3 | 3 | 6 | 2 | 3 | 5 |
| A ore non garantite | - | - | - | - | - | - |
| Totale | 29 | 25 | 54 | 26 | 21 | 47 |

Consistenza del personale part time e full time per genere al 31 dicembre

| | 2022 | | | 2021 | | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| Full time | 29 | 24 | 53 | 26 | 20 | 46 |
| Part time | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 |
| Totale | 29 | 25 | 54 | 26 | 21 | 47 |

⁴ Per quanto riguarda la distribuzione per area geografica, si segnala che il 100% della forza lavoro rientra nella categoria "Nord", che comprende le seguenti regioni: Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige e Veneto.

⁵ I dati puntuali e relativi alla suddivisione dei lavoratori somministrati e degli stagisti per sesso al 31/12/2021 non sono disponibili.

⁶ Per la propria attività produttiva, Farmo impiega mediamente 20 lavoratori esterni provenienti da una cooperativa locale. I dati puntuali e relativi alla loro suddivisione per sesso non sono disponibili in quanto Farmo, alla data di stesura del presente documento, non dispone di queste informazioni. L'azienda sta sviluppando un processo più puntuale di raccolta dati per fornire, in futuro, tale dettaglio.

Consistenza del personale per inquadramento professionale e genere al 31 dicembre

| | 2022 | | | 2021 | | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| Dirigenti | 3 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| Impiegati | 8 | 16 | 24 | 6 | 15 | 21 |
| Operai | 18 | 8 | 26 | 19 | 5 | 24 |
| Totale | 29 | 25 | 54 | 26 | 21 | 47 |

Consistenza del personale per inquadramento professionale e genere al 31 dicembre (%)

| | 2022 | | | 2021 | | |
|---------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| Dirigenti | 75% | 25% | 100% | 50% | 50% | 100% |
| Impiegati | 33% | 67% | 100% | 29% | 71% | 100% |
| Operai | 69% | 31% | 100% | 79% | 21% | 100% |
| Totale | 54% | 46% | 100% | 55% | 45% | 100% |

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce di età al 31 dicembre

| | 2022 | | | | 2021 | | | |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | <30 | 30-50 | >50 | Totale | <30 | 30-50 | >50 | Totale |
| Dirigenti | - | 1 | 3 | 4 | - | 1 | 1 | 2 |
| Impiegati | 5 | 14 | 5 | 24 | 3 | 17 | 1 | 21 |
| Operai | 6 | 17 | 3 | 26 | 5 | 14 | 5 | 24 |
| Totale | 11 | 32 | 11 | 54 | 8 | 32 | 7 | 47 |

Consistenza del personale per inquadramento professionale e fasce di età al 31 dicembre (%)

| | 2022 | | | | 2021 | | | |
|---------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | Totale | <30 | 30-50 | >50 | Totale |
| Dirigenti | - | 25% | 75% | 100% | - | 50% | 50% | 100% |
| Impiegati | 21% | 58% | 21% | 100% | 14% | 81% | 5% | 100% |
| Operai | 23% | 65% | 12% | 100% | 21% | 58% | 21% | 100% |
| Totale | 20% | 59% | 21% | 100% | 17% | 68% | 15% | 100% |

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre, per genere e fascia d'età

| | 2022 | | | 2021 | | |
|-------------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| | M | F | Totale | M | F | Totale |
| Membri (n.) | 6 | 1 | 7 | 6 | 1 | 7 |
| Membri (%) | 86% | 14% | 100% | 86% | 14% | 100% |

| | 2022 | | | | 2021 | | | |
|-------------------|----------|------------|------------|-------------|----------|------------|------------|-------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | Totale | <30 | 30-50 | >50 | Totale |
| Membri (n.) | - | 2 | 5 | 7 | - | 2 | 5 | 7 |
| Membri (%) | - | 29% | 71% | 100% | - | 29% | 71% | 100% |

Personale in entrata per area geografica, genere e fasce d'età al 31 dicembre⁷

| | 2022 | | | | | 2021 | | | | |
|---|------------|------------|-----------|------------|--------------------------------|------------|-----------|----------|------------|--------------------------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | Totale | Turnover in entrata % - Genere | <30 | 30-50 | >50 | Totale | Turnover in entrata % - Genere |
| Uomini | 4 | 5 | 1 | 10 | 34% | 1 | - | - | 1 | 4% |
| Donne | 2 | 4 | - | 6 | 24% | 3 | 2 | - | 5 | 24% |
| Totale | 6 | 9 | 1 | 16 | 30% | 4 | 2 | - | 6 | 13% |
| Turnover in entrata % - Fascia d'età | 55% | 28% | 9% | 30% | / | 50% | 6% | - | 13% | / |

Personale in uscita per area geografica, genere e fasce d'età al 31 dicembre⁷

| | 2022 | | | | | 2021 | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|-------------------------------|------------|-----------|----------|------------|-------------------------------|
| | <30 | 30-50 | >50 | Totale | Turnover in uscita % - Genere | <30 | 30-50 | >50 | Totale | Turnover in uscita % - Genere |
| Uomini | 2 | 4 | 2 | 8 | 28% | 2 | 2 | - | 4 | 15% |
| Donne | - | 1 | - | 1 | 4% | 1 | 1 | - | 2 | 10% |
| Totale | 2 | 5 | 2 | 9 | 17% | 3 | 3 | - | 6 | 13% |
| Turnover in uscita % - Fascia d'età | 18% | 16% | 18% | 17% | / | 38% | 9% | - | 13% | / |

⁷ I tassi di turnover sono calcolati come rapporto del personale in entrata/in uscita, per area geografica e fascia d'età, sul personale in forza al 31 dicembre afferente a ciascuna delle due categorie. Al 31 dicembre 2022, così come per il 2021, il 100% delle nuove risorse assunte/in uscita da Farmo S.p.A. si riferisce all'area geografica "Nord", che comprende le seguenti regioni: Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige e Veneto.

FORMAZIONE PROFESSIONALE

Numero di ore di formazione per genere⁸

| | 2022 | | | | | |
|---------------|-------------|-----------------------|------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | M | | F | | Totale | |
| | Ore | Ore pro capite | Ore | Ore pro capite | Ore | Ore pro capite |
| Dirigenti | 30 | 10,0 | 25 | 25,0 | 55 | 13,8 |
| Impiegati | 100 | 12,5 | 100 | 6,3 | 200 | 8,3 |
| Operai | 100 | 5,6 | 100 | 12,5 | 200 | 7,7 |
| Totale | 230 | 7,9 | 225 | 9,0 | 455 | 8,4 |

| | 2021 | | | | | |
|---------------|-------------|-----------------------|------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | M | | F | | Totale | |
| | Ore | Ore pro capite | Ore | Ore pro capite | Ore | Ore pro capite |
| Totale | 144 | 5,5 | 126 | 6,0 | 270 | 5,7 |

⁸ I dati relativi alla formazione professionale del 2021 sono presentati senza la suddivisione per inquadramento professionale, in quanto non disponibili.

SALUTE E SICUREZZA⁹

Infortunati sul lavoro e tipologia – Dipendenti

| | 2022 | 2021 |
|--|---------------|---------------|
| | Totale | Totale |
| Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro | - | - |
| Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi) ¹⁰ | - | - |
| Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili | 2 | 1 |
| di cui lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni | 1 | 1 |
| di cui distorsioni, lussazioni, fratture e stiramenti | 1 | - |
| di cui amputazioni | - | - |
| Totale | 2 | 1 |
| Ore lavorate | 70.376 | 71.901 |
| Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro¹¹ | - | - |
| Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)¹² | - | - |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili¹³ | 5,7 | 2,8 |

⁹ I dati relativi agli infortuni sul lavoro dei lavoratori esterni (somministrati, stagisti, personale proveniente da cooperativa) non sono riportati all'interno del presente documento. Farmo gestisce la salute e la sicurezza dei lavoratori mediante procedure e politiche interne, ottemperando a quanto previsto dalle normative vigenti, ed esegue un monitoraggio periodico in merito al personale esterno impiegato. Farmo non dispone tuttavia di una reportistica puntuale rispetto a quanto richiesto dallo standard di rendicontazione GRI 403-9 e, nel futuro, aggiornerà i propri sistemi interni di reporting per elaborare le informazioni relative ai lavoratori esterni.

¹⁰ Con infortunio sul lavoro grave si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

¹¹ Il tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro è calcolato come il rapporto tra i decessi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

¹² Il tasso di infortuni gravi è calcolato come il rapporto tra gli infortuni gravi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

¹³ Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrati avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

DATI SULLA CATENA DI FORNITURA

FORNITORI LOCALI

Spesa su fornitori locali¹⁴

| | 2022 | | | | 2021 | | | |
|------------------|-------------|--------------|------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|
| | M€ | N. fornitori | % € | % N. | M€ | N. fornitori | % € | % N. |
| Fornitori locali | 12,7 | 72 | 97 | 89 | 10,5 | 77 | 98 | 95 |
| Fornitori esteri | 0,4 | 9 | 3 | 11 | 0,2 | 4 | 2 | 5 |
| Totale | 13,1 | 81 | 100 | 100 | 10,7 | 81 | 100 | 100 |

Tipologia di acquisti

| | 2022 | | | 2021 | | |
|---|--------------|-------------------|------------|--------------|-------------------|------------|
| | N. fornitori | Spesa annua (€) | % di spesa | N. fornitori | Spesa annua (€) | % di spesa |
| Beni e servizi, trasporti nazionali ed esteri | 7 | 3.008.794 | 23 | 4 | 1.583.158 | 15 |
| Materiale di consumo | 10 | 231.729 | 2 | 8 | 236.265 | 2 |
| Materie prime e imballi | 64 | 9.896.330 | 75 | 69 | 8.926.331 | 83 |
| Totale | 81 | 13.136.853 | 100 | 81 | 10.745.754 | 100 |

¹⁴ Nella definizione di spesa su fornitori locali, come "fornitori locali" sono stati considerati quei fornitori aventi la sede legale in Italia. Il valore monetario è calcolato al netto delle operazioni intercompany e dell'IVA.

MATERIALI UTILIZZATI

Materiali utilizzati per tipologia e peso, e che provengono da riciclo¹⁵

| Tipologia (t) | 2022 | 2021 |
|---|--------------|--------------|
| Materie Prime | 6.076 | 6.276 |
| di cui rinnovabili | 6.047 | 6.234 |
| di cui non rinnovabili | 29 | 42 |
| di cui riciclato | - | - |
| Scatole, Astucci, Pirottini in cartone | 889 | 754 |
| di cui rinnovabili | 889 | 754 |
| di cui non rinnovabili | - | - |
| di cui riciclato | 800 | 679 |
| Packaging flessibile in plastica | 74 | 83 |
| di cui rinnovabili | - | - |
| di cui non rinnovabili | 74 | 83 |
| di cui riciclato | - | - |
| Materiale di consumo | 202 | 205 |
| di cui rinnovabili | 185 | 183 |
| di cui non rinnovabili | 17 | 22 |
| di cui riciclato | 15 | 18 |
| Totale | 7.241 | 7.318 |
| di cui rinnovabili | 7.121 | 7.171 |
| di cui non rinnovabili | 120 | 147 |
| di cui riciclato (%) | 11 | 10 |

¹⁵ Si segnala che all'interno dei materiali rinnovabili sono stati considerati tutti quei materiali che derivano da risorse abbondanti (es. farina, carta) che vengono rapidamente reintegrate dai cicli ecologici o dai processi agricoli.

CORRELAZIONE CON GRI STANDARDS E COINVOLGIMENTO NEGLI IMPATTI

| Tematiche materiali | Principali impatti | Tipologia impatti | Descrizione dei principali impatti | Riconciliazione con i GRI Standards | Coinvolgimento della Società negli impatti |
|---|---|---------------------|---|--|--|
| Sicurezza e qualità del prodotto | Impatti negativi riconducibili a inadeguate caratteristiche qualitative e di integrità del prodotto | Negativo potenziale | Sviluppo di prodotti che non rispettino gli standard qualitativi e di sicurezza alimentare del settore, con conseguenze negative sulla soddisfazione e sulla salute dei clienti | GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016) | Causato dalla Società |
| Etica e compliance | Non conformità a leggi, normative e standard | Negativo potenziale | Non conformità a leggi, normative, standard interni ed esterni applicabili con impatti indiretti su dipendenti, clienti e fornitori | N/A | Causato dalla Società |
| | Condotta non etica del business e potenziali casi di corruzione | Negativo potenziale | Impatti negativi sulle persone e sui sistemi economici generati da una condotta non etica del business | GRI 205: Anticorruzione (2016) | Causato dalla Società |
| | Comportamento anti-competitivo e pratiche monopolistiche | Negativo potenziale | Comportamento anti-competitivo e pratiche monopolistiche con impatti negativi sull'economia e sui mercati | GRI 206: Comportamento o anticoncorrenziale (2016) | Causato dalla Società |
| Salute e sicurezza sul luogo di lavoro | Incidenti sul luogo di lavoro | Negativo attuale | Infortuni e/o altri incidenti connessi allo svolgimento delle mansioni lavorative, con conseguenze negative per la salute dei dipendenti | GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018) | Causato dalla Società |

| | | | | | |
|--|---|---------------------|---|---|-----------------------|
| Soddisfazione del personale e inclusività | Generazione di posti di lavoro | Positivo attuale | Creazione di occupazione mediante l'inserimento di risorse in azienda e la creazione di percorsi di crescita | GRI 401: Occupazione (2016) | Causato dalla Società |
| | Formazione e sviluppo delle competenze dei lavoratori | Positivo attuale | Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso attività di formazione e di sviluppo professionale | GRI 404: Formazione e istruzione (2016) | Causato dalla Società |
| | Discriminazione e pratiche non inclusive sul luogo di lavoro che non tengono conto delle diversità e delle categorie di minoranza | Negativo potenziale | Impatti negativi sul benessere, sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti a causa di comportamenti discriminatori (es. legati al genere, età, etnia, etc.) o altre pratiche non inclusive | GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) GRI 406: Non discriminazione (2016) | Causato dalla Società |
| Materiali e imballaggi | Consumo di risorse e materie prime per il processo produttivo e le attività della Società | Negativo attuale | Utilizzo di risorse e materie prime naturali nel processo produttivo con conseguenti impatti negativi legati all'aumento dei rifiuti e alla riduzione degli stock naturali | GRI 301: Materiali (2016) | Causato dalla Società |
| Ricerca e Sviluppo | Innovazione dei prodotti e dei processi con ricadute positive sulle persone e sui sistemi economici | Positivo attuale | Sviluppo e implementazione di processi, tecnologie e attività di Ricerca e Sviluppo capaci di guidare l'azienda nella corretta interpretazione delle esigenze alimentari dei clienti e dei nuovi trend di mercato | N/A | Causato dalla Società |

| | | | | | |
|--|--|---------------------|--|--|--|
| Performance economica | Creazione e distribuzione di valore economico agli stakeholder della Società | Positivo attuale | Generazione di valore economico e distribuzione alle parti interessate con l'obiettivo di creare valore condiviso verso tutti gli attori con cui si relaziona | GRI 201: Performance economiche (2016) | Causato dalla Società |
| Marketing ed etichettatura responsabile | Divulgazione di informazioni ingannevoli | Negativo potenziale | Utilizzo di una comunicazione fuorviante, non completa e poco trasparente, e uso di etichette di prodotto riportanti indicazioni errate | GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016) | Causato dalla Società |
| Gestione dei rifiuti | Generazione di scarti dovuti all'attività produttiva | Negativo attuale | Impatti ambientali negativi derivanti dalla produzione di rifiuti e dal loro smaltimento inadeguato | GRI 306: Rifiuti (2020) | Causato dalla Società |
| Consumi energetici ed emissioni | Consumi energetici | Negativo attuale | Utilizzo di energia elettrica e combustibili con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e sulla riduzione degli stock energetici | GRI 302: Energia (2016) | Causato dalla Società e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali |
| | Generazione di emissioni GHG dirette e indirette energetiche (Scope 1 e Scope 2) | Negativo attuale | Contributo al cambiamento climatico mediante la generazione di emissioni dirette e indirette energetiche legate alle attività svolte nelle sedi e nei siti della Società | GRI 305: Emissioni (2016) | |

| | | | | | |
|---|--|------------------|--|---|---|
| Gestione della catena di fornitura | Creazione di valore sui fornitori locali | Positivo attuale | Promozione degli acquisti presso fornitori locali per favorire il supporto allo sviluppo locale in cui l'azienda opera | GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) | Causato dalla Società |
| | Impatti negativi dei fornitori sulla catena di fornitura | Negativo attuale | Impatti negativi collegati all'approvvigionamento di beni e servizi da fornitori, in particolare agli impatti generati da essi su aspetti ambientali e sociali | GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016) | Causato dalla Società e a cui la Società contribuisce |

INDICE DEI CONTENUTI GRI

| | |
|------------------------------------|--|
| Dichiarazione d'uso | Farmo ha presentato una rendicontazione in conformità agli standard GRI per il periodo che intercorre dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022 |
| Utilizzato GRI 1 | GRI 1 – Principi Fondamentali – versione 2021 |
| Standard di settore GRI pertinenti | N/A |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|---|---|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| Informative generali | | | | | | |
| GRI 2 – Informative Generali – versione 2021 | 2-1 Dettagli organizzativi | Pag. 4 | | | | |
| | 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | Pag. 4 | | | | |
| | 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto | Pag. 4 Il periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità è allineato con quello del Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022 di Farmo S.p.A. | | | | |
| | 2-4 Revisione delle informazioni | Non si segnalano riesposizioni relative al periodo precedente (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021). | | | | |
| | 2-5 Assurance esterna | Pag. 4 | | | | |
| | 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business | Pagg. 7-8; 25-26; 40-41 | | | | |
| | 2-7 Dipendenti | Pagg. 38-39; 47 | | | | |
| | 2-8 Lavoratori non dipendenti | Pagg. 38; 47 | | | | |
| | 2-9 Struttura e composizione della governance | Pagg. 9-11 | | | | |
| | 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo | Pag. 9 | | | | |
| | 2-11 Presidente del massimo organo di governo | Il presidente del Consiglio di Amministrazione, al 31 | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|---------------|---|--|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | | dicembre 2022, non rientra nel Top Management della Società, non essendo formalmente dipendente di Farmo S.p.A. | | | | |
| | 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti | Pagg. 9-10 | | | | |
| | 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti | Pagg. 10 | | | | |
| | 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità | Pagg. 9-10 | | | | |
| | 2-15 Conflitti d'interesse | Gli eventuali conflitti d'interesse decadono nel momento in cui i soci, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale sono informati. La presenza del Collegio assicura la prevenzione e la mitigazione di conflitti d'interesse. | | | | |
| | 2-16 Comunicazione delle criticità | Pag. 11 Quotidianamente i membri del Consiglio di Amministrazione vengono aggiornati relativamente agli andamenti e alle eventuali criticità in cui può incorrere la Società. Inoltre, durante il Monthly meeting operativo con NB Aurora, si ripercorrono tutti gli accadimenti del mese con la messa in evidenza di eventuali criticità rilevate. | | | | |
| | 2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo | Pagg. 9-10 | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|---------------|--|--|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | 2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo | I soci valutano annualmente le performance del Consiglio di Amministrazione rispetto alla gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone nel suo complesso, seppur non è in essere una procedura di valutazione strutturata. | | | | |
| | 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni | L'Assemblea dei Soci determina il compenso complessivo del Consiglio di Amministrazione, la cui ripartizione viene definita dai membri del Consiglio. I membri del Consiglio di Amministrazione, così come gli alti dirigenti, percepiscono una componente fissa annua lorda. Non si segnala la presenza di bonus conferiti all'inizio dell'incarico e incentivi per la nomina, recuperi e benefit di pensionamento. I pagamenti al termine del contratto di lavoro sono regolamentati a norma di legge secondo gli accordi contrattuali in essere. Al momento, non si segnalano remunerazioni, sia per il Consiglio di Amministrazione sia per gli alti dirigenti, correlate agli obiettivi e ai risultati conseguiti in relazione agli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|---------------|--|---|-------------------------------|-------------------------|---|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione | Per quanto riguarda il Consiglio di Amministrazione, il compenso dello stesso viene determinato dall'Assemblea dei Soci di Farmo S.p.A. e ripartito tra i membri in una Seduta successiva del Consiglio. Per i dirigenti viene definita sulla base delle valutazioni elaborate dal Presidente e dall'AD. Infine, per quadri impiegati e operai viene stabilita generalmente dai contratti collettivi nazionali. Il livello salariale viene stabilito persona per persona dai responsabili. Nel caso dei dirigenti viene approvato dai Soci. | | | | |
| | 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale | | 2-21 a. 2-21 b. 2-21 c. | Vincoli di riservatezza | L'informativa 2-21 non è stata rendicontata per ragioni di riservatezza. Farmo S.p.A. non dispone di una disclosure pubblica relativa alla remunerazione e non è soggetta ad alcun obbligo normativo. | |
| | 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile | Pag. 3 | | | | |
| | 2-23 Impegno in termini di policy | Pagg. 20-22 | | | | |
| | 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy | Pagg. 20-22 | | | | |
| | 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi | Pagg. 20-22 | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|---|---|---|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni | Farmo S.p.A. ha avviato le procedure per la predisposizione di un Modello di Gestione e Controllo secondo le prescrizioni del D.Lgs. 231/2001. Al momento non è stata formalizzata una procedura per la comunicazione delle criticità. Per poter chiedere chiarimenti sull'attuazione delle politiche e delle pratiche dell'organizzazione per una condotta aziendale responsabile è possibile rivolgersi agli uffici Risorse Umane e Marketing & Sustainability. | | | | |
| | 2-27 Conformità a leggi e regolamenti | Nel corso del periodo di rendicontazione, non si sono registrati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti, così come non sono state pagate sanzioni per i suddetti casi. | | | | |
| | 2-28 Appartenenza ad associazioni | Pagg. 42 | | | | |
| | 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | Pagg. 19-20 | | | | |
| | 2-30 Contratti collettivi | Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva previsti per il settore di riferimento. | | | | |
| Temi materiali | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali | Pagg. 20-23 | | | | |
| | 3-2 Elenco dei temi materiali | Pagg. 20-22 | | | | |
| Sicurezza e qualità del prodotto | | | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|--|--|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 27-28; 55-58 | | | | |
| GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti | 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi | Farmo S.p.A. opera secondo un principio di “tolleranza zero” verso le non conformità in ambito sicurezza e qualità alimentare. A testimonianza di tale impegno nel corso del 2022, così come nel 2021, non si sono registrati episodi di violazione riguardo regolamenti e/o codici volontari relativi agli impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi offerti. | | | | |
| Etica e compliance | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 14-15; 20-22; 55-58 | | | | |
| GRI 205: Anticorruzione (2016) | 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese | Nel corso del 2022, così come nel 2021, non sono stati segnalati casi di corruzione accertati che hanno portato a licenziamento nei confronti di dipendenti o a provvedimenti per cui i contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione. Inoltre, durante il periodo di rendicontazione, non ci sono stati episodi di cause legali pubbliche legate alla corruzione intraprese contro Farmo S.p.A. o i suoi dipendenti. | | | | |
| GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016) | 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche | Nel corso del 2022, così come nel 2021, non si sono presentate azioni legali in corso o | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|--|---|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | monopolistiche | concluse in materia di comportamento anticoncorrenziale, violazione delle normative antitrust e relative pratiche monopolistiche nelle quali Farmo S.p.A. è stata identificata come partecipante. | | | | |
| Salute e sicurezza sul luogo di lavoro | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 39-40; 55-58 | | | | |
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018 | 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | Pag. 39 | | | | |
| | 403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti | Pag. 39 | | | | |
| | 403-3 Servizi per la salute professionale | Pag. 39 | | | | |
| | 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione | Pag. 39 | | | | |
| | 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro | Pag. 39 | | | | |
| | 403-6 Promozione della salute dei lavoratori | Pag. 39 | | | | |
| | 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business | Pag. 39 | | | | |
| | 403-9 Infortuni sul lavoro | Pagg. 40; 51 | | | | |
| Soddisfazione del personale e inclusività | | | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|---|---|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 38-39; 55-58 | | | | |
| GRI 401: Occupazione (2016) | 401-1 Nuove assunzioni e turnover | Pagg. 38-39; 49 | | | | |
| GRI 404: Formazione e istruzione (2016) | 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente | Pagg. 38-39; 50 | | | | |
| GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) | 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | Pagg. 9; 38; 48-49 | | | | |
| GRI 406: Non discriminazione (2016) | 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate | Nel corso del 2022, così come nel 2021, non sono stati rilevati episodi di discriminazione basati su razza, colore, sesso, religione, opinione politica, discendenza nazionale o origine sociale. | | | | |
| Materiali e imballaggi | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 35; 55-58 | | | | |
| GRI 301: Materiali (2016) | 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume | Pag. 53 | | | | |
| | 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo | Pag. 53 | | | | |
| Ricerca e Sviluppo | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 28-29; 55-58 | | | | |
| Performance economica | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 11-13; 20-22; 54-57 | | | | |
| GRI 201: Performance Economiche 2016 | 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito | Pag.13 | | | | |
| Marketing ed etichettatura responsabile | | | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|---|--|------------------|---------|-------------|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 27-28; 55-58 | | | | |
| GRI 417: Marketing ed etichettatura | 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi | Nel corso del 2022, così come nel 2021, non si sono registrati casi di non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi. | | | | |
| | 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing | Nel corso del 2022, così come nel 2021, non si sono registrate pene pecuniarie e sanzioni non monetarie significative riferite a non conformità di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni. | | | | |
| Gestione dei rifiuti | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 34; 55-58 | | | | |
| GRI 306: Rifiuti 2020 | 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti | Pag. 34 | | | | |
| | 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti | Pag. 34 | | | | |
| | 306-3 Rifiuti generati | Pag. 46 | | | | |
| Consumi energetici ed emissioni | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 33; 55-58 | | | | |
| GRI 302: Energia (2016) | 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione | Pagg. 33; 44-45 | | | | |

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|--|--|---------------------------|------------------|---|---|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | 302-3 Intensità energetica | Pagg. 33; 45 | | | | |
| GRI 305: Emissioni 2016 | 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1) | Pagg. 34; 44-45 | | | | |
| | 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2) | Pagg. 34; 44-45 | | | | |
| | 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) | Pagg. 45 | | | | |
| Gestione della catena di fornitura | | | | | | |
| GRI 3 – Temi materiali – versione 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Pagg. 20-22; 40-41; 55-58 | | | | |
| GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) | 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali | Pagg. 41; 52 | | | | |
| GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) | 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali | | 308-1 a. | Informazioni non disponibili / incomplete | Farmo non ha attualmente in essere un processo strutturato di valutazione dei fornitori secondo criteri sociali. Farmo sta comunque valutando l'opportunità di integrare in futuro la propria checklist di valutazione con tali criteri | |
| GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016) | 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali | | 414-1 a. | Informazioni non disponibili / incomplete | Farmo non ha attualmente in essere un processo strutturato di valutazione dei fornitori secondo criteri sociali. Farmo sta comunque valutando | |

- Bilancio di Sostenibilità 2022 -

| GRI STANDARDS | DISCLOSURE | UBICAZIONE | OMISSIONE | | | N. DI RIF. STANDARD DI SETTORE GRI |
|---------------|------------|------------|------------------|---------|--|------------------------------------|
| | | | REQUISITI OMESSI | RAGIONE | SPIEGAZIONE | |
| | | | | | l'opportunità di integrare in futuro la propria checklist di valutazione con tali criteri. | |