OLITALIA

LA TRADIZIONE DI DOMANI.

Il valore del cambiamento



Report di sostenibilità 2023



Camillo Cremonini
Amministratore Delegato
e Direzione Acquisti

Elisabetta Cremonini
Consigliere, Direzione H.R.
e Comunicazione Istituzionale

Angelo Cremonini
Presidente
e Direzione Commerciale

Consulenza metodologica: Mediamo Area Sostenibilità S.r.l SB
Progetto grafico: Mediamo S.r.l SB
Stampato da Alpha service S.r.l. su carta Shiro Echo
bianco brillante FSC (Forest Stewardship Council)

Lettera agli stakeholder

È con grande piacere che vi presentiamo il nostro secondo Report di Sostenibilità, un ulteriore passo avanti nel nostro percorso di trasparenza, responsabilità e impegno verso la sostenibilità.

Nel nostro primo Report di Sostenibilità, abbiamo condiviso con voi la visione e l'intuizione di nostro padre, Giuseppe, e come il valore del cambiamento sia diventato uno dei principi guida della nostra azienda.

In questi mesi, abbiamo ascoltato numerose persone che rappresentano i nostri stakeholder, interni ed esterni all'azienda. Ci ha fatto particolarmente piacere scoprire come l'innovazione, la qualità dei nostri prodotti, ma anche l'attenzione all'ambiente e alle persone che lavorano in Olitalia, punti salienti della nostra strategia, ci siano stati riconosciuti e attribuiti spontaneamente come punti di forza. Questo dialogo ci ha consentito di realizzare al meglio il nostro secondo Report di Sostenibilità e ci permetterà in futuro di affinare le strategie ed implementare iniziative che creino valore per tutti.

Ci occupiamo personalmente della selezione della materia prima con la consapevolezza che i nostri prodotti vengono utilizzati nelle cucine e sulle tavole sia di professionisti del settore che di numerose famiglie in Italia e all'estero. La reputazione del marchio e dell'azienda è infatti per noi un valore da preservare nel tempo. Questo impegno ci ha consentito di rafforzare la fiducia dei nostri clienti e di consolidare l'immagine di partner affidabile nel settore.

L'innovazione è al centro della nostra strategia. Ci siamo dotati di impianti tecnologicamente avanzati e continuiamo ad investire in innovazione di prodotto e di processo per migliorare l'efficienza operativa e ridurre il nostro impatto ambientale. Tra le iniziative più significative si segnalano l'adozione di sistemi automatici di controllo e monitoraggio del processo produttivo e l'installazione di nuovi macchinari.

Con questo report, intendiamo fornire una rendicontazione dettagliata e accurata delle nostre attività, successi e sfide. I buoni risultati raggiunti fino ad oggi, anche in periodi di mercato complessi e difficili come quelli vissuti nel corso del 2023, sono il frutto di un lavoro di squadra e della collaborazione con tutte le persone che lavorano con noi.

Vi invitiamo a leggere il nostro Report di Sostenibilità 2023 e ci auguriamo possa essere di vostro interesse.

Grazie per il sostegno e la fiducia.



Indice

GOVERNANCE

1 • L'azienda 4

Chi siamo 5
Highlights 6
La storia di Olitalia 8
Mercati serviti 10
Governance 12
Appartenenza ad associazioni 16
Le certificazioni 18
Etica e integrità 19
Mission e Vision 20
I valori 21
Codice etico e modello organizzativo 23

2 • Il prodotto 24

Linee di prodotto 27
I riconoscimenti 28
La strategia distributiva 30
Piano di sviluppo 31
Olitalia Innovation Lab 34
Ricerca e sviluppo 36
Stabilimento produttivo 40
Nuovi impianti di confezionamento 45
Sicurezza e controllo qualità 46
Etichettatura 47
Tracciabilità, rintracciabilità e integrità 48
Responsabilità di prodotto: ascolto del cliente e reclami 50

3 • L'Approvvigionamento 52

I fornitori 54
Materie prime 55
Imballaggi e materiali ausiliari alla produzione 58
Logistica e Trasporti 60
Manutenzione, ricambi e impianti e servizi 61

4 • Il valore economico 62

Scenario economico 2022 65
Settore agroalimentare 66
Posizionamento di Olitalia 68

Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231 70
Conflitti di interesse 71
Politica anticorruzione 72
Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità risultanti dal cambiamento climatico 73

SOCIALE

5 • Le persone 74

Politiche di gestione delle risorse umane 75
L'organico 77
Turnover 80
Formazione 82
Welfare 84
Valutazione delle performance 86
Salute e sicurezza sul lavoro 87
Formazione salute e sicurezza sul lavoro e coinvolgimento del personale 88
Infortuni sul lavoro 90
Attenzione alla comunità 91

AMBIENTE

6 • L'attenzione all'ambiente 92

Impegno Costante verso la Sostenibilità 93
Consumi 96
Intensità energetica 98
Cambiamenti climatici e gestione delle emissioni 99
Gestione delle risorse idriche e consumi d'acqua 100
Gestione degli imballaggi e di materiale plastico 102
Gestione dei rifiuti 106

7 • Nota metodologica 110

Gli stakeholder 112
Analisi di materialità 114

8 • Obiettivi 2023-2028 118

Governance 119
Ambiente 120
Sociale 121

GRI Content Index 122



1 L'azienda

La famiglia Giuseppe Cremonini guida una delle realtà più importanti al mondo nel settore dei condimenti. Olitalia offre una linea di prodotti che coglie le ultime tendenze di mercato con una costante ricerca di innovazione.

Chi siamo

Olitalia è un'azienda italiana con sede a Forlì, nel cuore dell'Emilia Romagna, culla dell'industria alimentare italiana, specializzata nel confezionamento e nella distribuzione di oli extravergini, oli di oliva e oli di semi che vengono commercializzati, da più di 40 anni, in circa 120 Paesi nel mondo. L'azienda è guidata da Angelo, Camillo ed Elisabetta, figli di Giuseppe Cremonini, talentuoso imprenditore che ha contribuito, fra l'altro, a creare un'eccellenza nell'industria alimentare delle carni, fino a diventare un simbolo di qualità e tradizione del settore, sia in Italia che all'estero. Oltre, ad Olitalia, fa parte del gruppo l'Acetaia Giuseppe Cremonini, con sede a Spilamberto, alle porte di Modena, dove l'aceto balsamico ha avuto le sue origini sin dal Medioevo.

Olitalia coniuga tradizione, qualità, sicurezza e capacità innovativa con la serietà, l'impegno e l'efficacia tipici di una grande azienda. Grazie ad importanti partnership in Italia e all'estero, Olitalia è cresciuta significativamente ampliando la presenza sul territorio italiano e a livello internazionale.

L'azienda distribuisce i propri prodotti sia nel food service, canale in cui ha una leadership consolidata in Italia, sia nel canale retail dove ha sviluppato negli ultimi anni una strategia di crescita del brand Olitalia, con l'obiettivo di portare direttamente ai consumatori la stessa qualità che ogni giorno viene offerta alle cucine professionali. Oltre ai prodotti a marchio aziendale, Olitalia produce oli e aceti per molte importanti catene di distribuzione nazionali e internazionali che ne apprezzano la capacità produttiva, la flessibilità nel confezionamento, l'esperienza internazionale e la conoscenza approfondita dei regolamenti.

La propensione al cambiamento e la capacità di anticipare le esigenze del mercato sono tratti distintivi di Olitalia. Questo ha permesso all'azienda di crescere in nuovi canali di vendita e nuovi mercati, sia come private label che come brand in Italia e all'estero.

Highlights

I numeri

Fatturato

262 milioni di €

Litri venduti

93 milioni

Leader nel food service in Italia

N° 1*

la marca preferita dagli chef italiani*

* Claim di Olitalia basato su una ricerca condotta da NielsenIQ a giugno 2023. Risultati a Totale Marca Olitalia, su un campione di 600 tra Ristoranti, Pizzerie e Hotel con cucina, +/- 4 punti percentuali con un'attendibilità della stima del 95%.

Distribuzione

Export

120 paesi

Canali serviti

food service e retail

Divisioni

private label italiane e internazionali

Capitale sociale

100% Italiano

Famiglia Giuseppe Cremonini

I valori

Senso di appartenenza

Propensione al cambiamento

Coraggio

Professionalità

Capitale umano

Dipendenti

129

89%
assunti a tempo indeterminato

26%
dipendenti in azienda da oltre 20 anni

Impianti produttivi

Superficie produttiva

40.000 m²

Produzione

8 linee

60.000
bottiglie all'ora

Sistema di stoccaggio a temperatura controllata per l'extravergine

Sostenibilità

Energia elettrica green

100%

Plastica monouso* in azienda

0%

*piatti, posate, bicchieri, bibite



1983

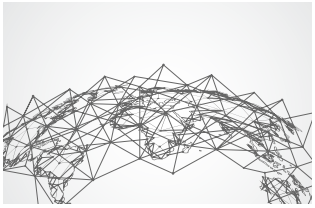
Giuseppe Cremonini partecipa alla nascita di Olitalia, insieme alla famiglia Severi, nell'ambito del percorso di diversificazione dell'azienda di cui era proprietario insieme al fratello Luigi (Gruppo Cremonini). Nei primi anni di attività, l'azienda era principalmente focalizzata sulla produzione e distribuzione di oli in grandi volumi a basso prezzo.

1996

Giuseppe Cremonini rileva Olitalia dal Gruppo Cremonini e dalla famiglia Severi e, con l'arrivo in azienda dei figli Angelo, poi successivamente Camillo ed Elisabetta, avvia il percorso di internazionalizzazione attuando importanti investimenti per rafforzare la capacità produttiva e per creare una cultura aziendale sempre più orientata alla qualità e all'innovazione.

2002

Apertura ai mercati esteri.
Si avvia un percorso di cambiamento: partendo dalla creazione di una nuova identità grafica del marchio fino a un corposo ampliamento della gamma prodotti per affermare a livello internazionale il posizionamento aziendale.
L'export diventa il motore trainante della crescita aziendale e, partendo da 19 paesi serviti, il processo di internazionalizzazione porta l'azienda ad essere presente in circa 120 paesi nel mondo, facendo diventare Olitalia, una delle aziende italiane di olio più distribuita del mondo.



2006

Introduzione delle macchine per il soffiaggio e dei primi contenitori in plastica PET da 5 e 10 litri. Sono questi gli anni dei grandi investimenti nell'ampliamento e ammodernamento degli impianti di produzione e di adeguamento ai più alti standard di produzione che ha consentito di diventare co-packer di prestigiose private label italiane e internazionali.

2007

Nasce a Spilamberto (MO) l'Acetaia Giuseppe Cremonini, nel territorio vocato alla produzione dell'Aceto Balsamico. Un'azienda di nuova generazione nata con l'intento di diventare un punto di riferimento nel settore, in sinergia con Olitalia.



2010

Olitalia si focalizza sullo sviluppo del canale food service.
Nascono le prime collaborazioni con chef e associazioni professionali con cui l'azienda collabora stabilmente per testare, creare e promuovere prodotti innovativi.
Questo è l'anno in cui nasce Fridor, fra i primi prodotti da frittura a base di olio di semi di girasole altoleico.

2013

Nasce Evolution, la prima bottiglia dedicata agli oli sviluppata ad hoc per Olitalia. La bottiglia, oltre a valorizzare il marchio, vince il premio Conai per la diminuzione di peso e un design idoneo a migliorare l'efficienza logistica. Questo fa parte del più ampio progetto Green Dreaming.



2015

Lancio del prodotto Frienn sul canale food service, un prodotto che ha cambiato il mondo degli oli tecnici da frittura, uno dei primi senza olio di palma, diventato un prezioso alleato per numerosi chef e pizzaioli.

FRIENN
Frittura italiana

Definizione dei valori aziendali e realizzazione grafica del logo che li rappresenta.

La storia di Olitalia

La storia di Olitalia è legata allo sviluppo economico dell'Emilia Romagna, territorio che nel decennio tra il 1970 e 1980 è stato caratterizzato da una crescita esponenziale del settore alberghiero e della ristorazione, trainata dal turismo. Olitalia diventa un solido fornitore preferenziale per la ristorazione, beneficiando della vicinanza geografica.

Con l'avvento della famiglia Giuseppe Cremonini alla guida dell'azienda, è stato implementato un piano strategico di sviluppo internazionale e diversificazione di canali distributivi che ha portato Olitalia a diventare una delle realtà più importanti dell'industria olearia italiana e internazionale.

2017

Anche nel mondo dell'extravergine di oliva, Olitalia porta innovazioni.
In collaborazione con un team di chef, lancia la linea "I Dedicati", oli caratterizzati da profili sensoriali diversi, pensati per il perfetto abbinamento ad ogni piatto.

Viene implementato, in collaborazione con "Toyota Academy", il metodo Lean Manufacturing all'intero processo produttivo

2018

Restyling e lancio del nuovo logo.

OLITALIA

LA TRADIZIONE DI DOMANI.

2019/21

Inizia il percorso di comunicazione dell'azienda.

Olitalia vince il premio come miglior campagna stampa con la linea di oli extravergini "I Dedicati"

Olitalia vince il premio come miglior sito web corporate.

Prima campagna pubblicitaria televisiva del brand Olitalia in Italia



"Plastic no More": un ampio progetto per ridurre sempre di più l'impatto ambientale dell'azienda.

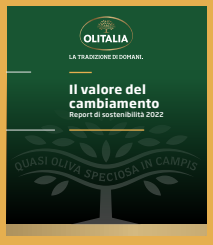
2022

Tutte le bottiglie da litro della linea olio di semi e prodotti per frittura, a marchio Olitalia, sono realizzate in plastica 100% riciclata e riciclabile (R-PET) da filiera alimentare controllata italiana Coripet

CORIPET BOTTLE TO BOTTLE

2023

L'azienda pubblica il suo primo report di sostenibilità

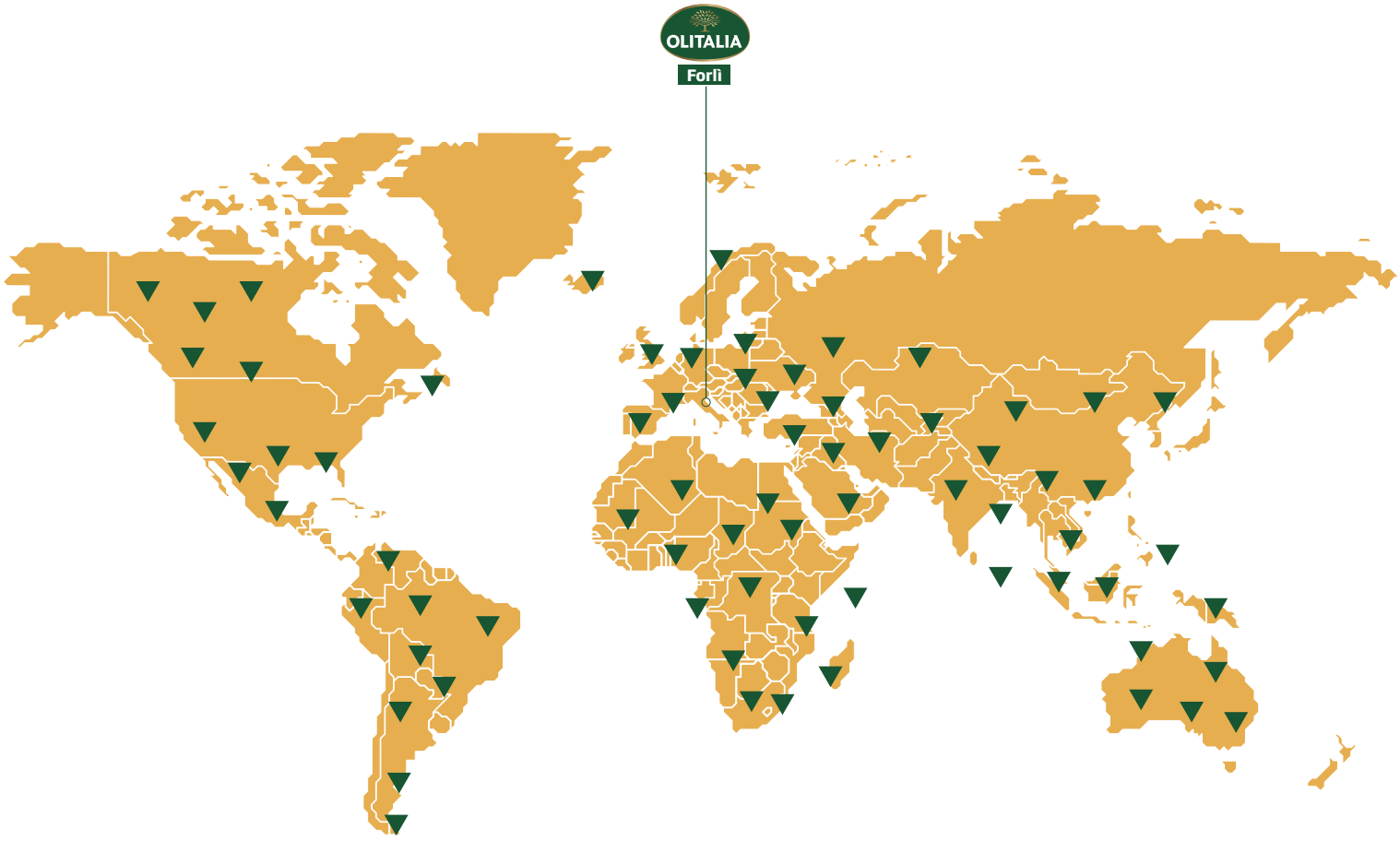


Mercati serviti

Presente oggi in circa 120 Paesi nel mondo, Olitalia negli ultimi anni ha significativamente ampliato la propria presenza internazionale, raggiungendo mercati in tutti i continenti e diventando un punto di riferimento per moltissimi consumatori di culture differenti.

L'export vale il 40% del fatturato aziendale e il brand Olitalia è leader di mercato in alcuni paesi come Taiwan, Corea del Sud e Brasile.

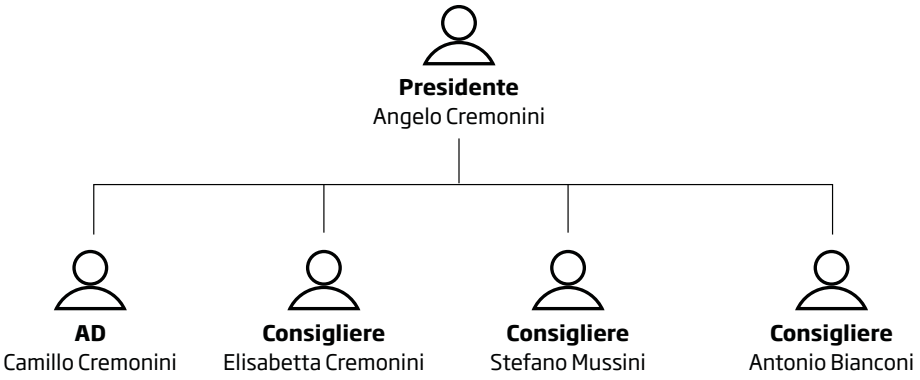
Il modello di business si basa sulla creazione di collaborazioni strategiche con importatori e distributori locali. Grazie all'esperienza nella produzione di eccellenze simbolo dell'italianità nel mondo, quali l'olio extra vergine di oliva e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, Olitalia è sempre più riconosciuta e apprezzata come ambasciatrice del gusto italiano a livello internazionale.


OLITALIA
Forlì

Governance

Olitalia è una società di capitali a responsabilità limitata.

L'azienda, controllata dalla società GI.CREM S.p.A, facente capo alla famiglia Giuseppe Cremonini, è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da 5 componenti:



L'organo amministrativo è investito dei più ampi poteri ai fini dell'amministrazione ordinaria e straordinaria dell'azienda potendo, dunque, attuare tutti gli atti necessari per il raggiungimento degli scopi sociali.

Olitalia è soggetta al controllo di un Sindaco unico e di una società di revisione indipendente.

L'azienda ha scelto di avere un sistema di responsabilità incentrato su specifiche funzioni aziendali, dotate di un'area di ampia autonomia gestionale.

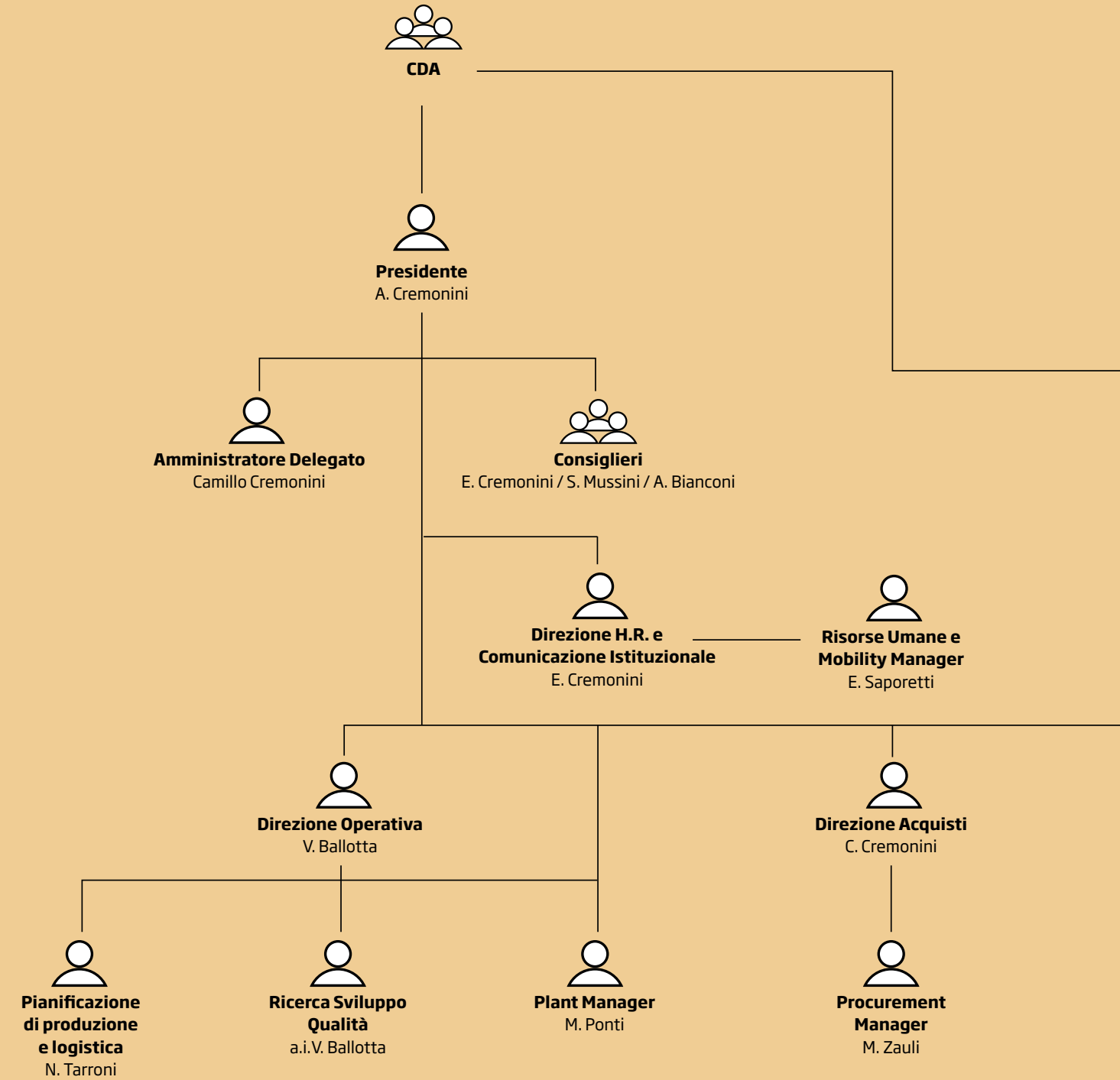
L'organigramma aziendale si articola in diverse aree di operatività, facenti tutte capo a Dirigenti preposti alla loro gestione ed organizzazione e, in ultima istanza, ai procuratori e al Consiglio di Amministrazione.

Il Comitato Strategico, formato dalla proprietà e dai Direttori di Area, si riunisce una volta al mese per mettere a punto la strategia aziendale e bimestralmente si riunisce il Comitato Operativo, in cui vengono comunicate strategie, cambiamenti operativi e obiettivi ai responsabili di tutte le aree.

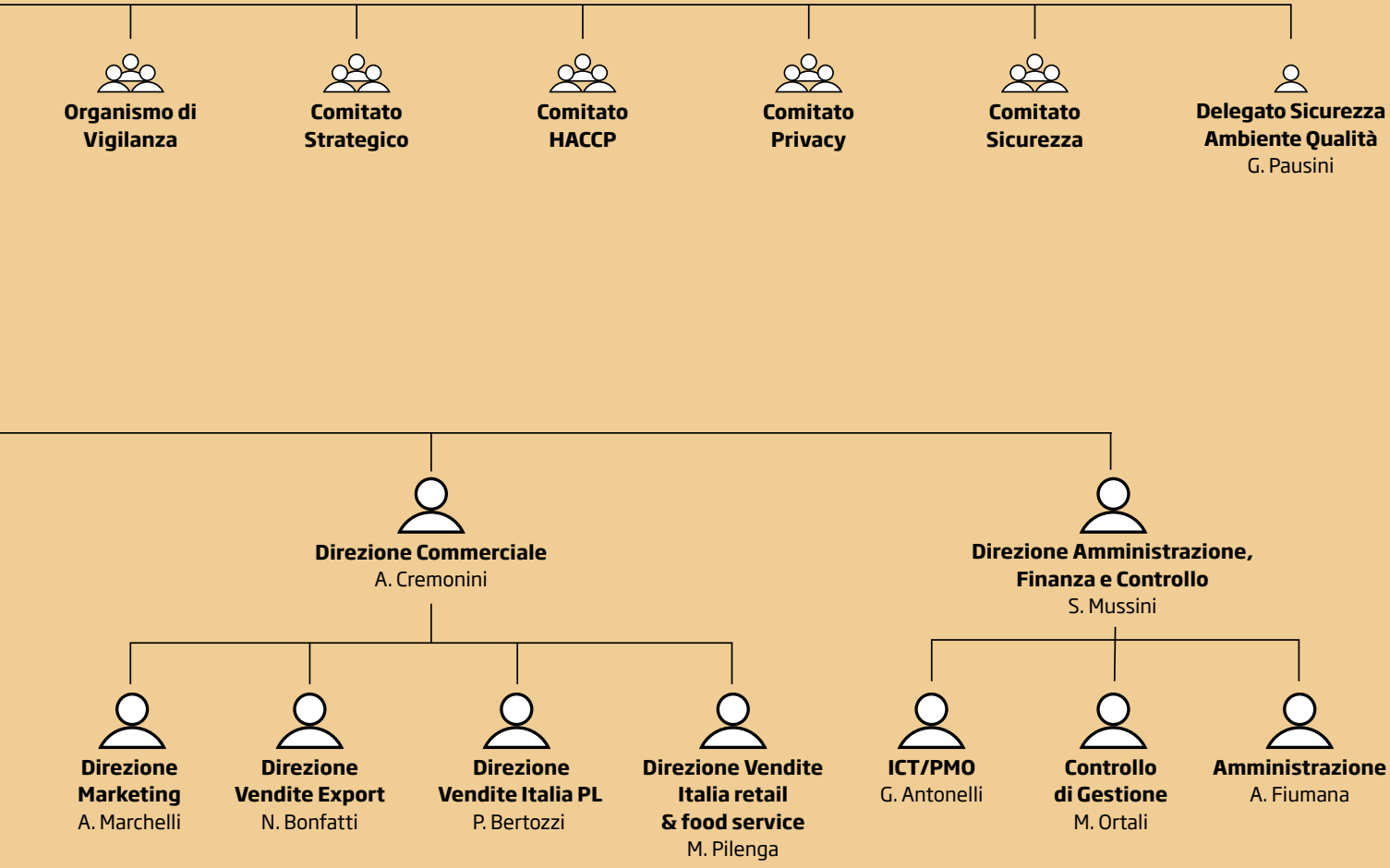
In staff al Consiglio di Amministrazione operano i seguenti organismi: ODV, HACCP team, Privacy team e Comitato Sicurezza.



Camillo, Angelo ed Elisabetta Cremonini, sala riunioni "I dedicati"


CDA
Presidente
A. Cremonini
Amministratore Delegato
Camillo Cremonini
Consiglieri
E. Cremonini / S. Mussini / A. Bianconi
Direzione H.R. e Comunicazione Istituzionale
E. Cremonini
Risorse Umane e Mobility Manager
E. Saporetti
Direzione Operativa
V. Ballotta
Direzione Acquisti
C. Cremonini
Pianificazione di produzione e logistica
N. Tarroni
Ricerca Sviluppo Qualità
a.i.V. Ballotta
Plant Manager
M. Ponti
Procurement Manager
M. Zauli

Organigramma aziendale di Olitalia



Appartenenza ad associazioni

Olitalia ha nel tempo aderito ad alcune associazioni di categoria del settore agroalimentare allo scopo di creare delle occasioni di confronto tecnico, di collaborazione e di aggiornamento normativo e tecnologico con le altre realtà del settore.

Tra le più importanti:

FEDEROLIO	**Federolio**, tra le più importanti organizzazioni italiane di categoria nel settore del commercio all'ingrosso e del confezionamento dell'olio di oliva.
CONSORZIO OLIVICOLO ITALIANO unaprol	**Unaprol**, Consorzio Olivicolo Italiano, è impegnato nel sostegno delle produzioni olivicole con molteplici attività di tracciabilità di filiera, miglioramento della qualità, miglioramento dell'ambiente, eventi di promozione, informazione ed educazione, analisi di mercato e supporto alla commercializzazione.
FIRMATO DAGLI AGRICOLTORI ITALIANI	**Filiera Agricola Italiana** è una realtà che rappresenta i produttori agricoli italiani di Coldiretti; attraverso il marchio "Firmato Dagli Agricoltori Italiani" sviluppa progetti e prodotti per il consumatore finale, mettendo in sinergia il mondo agricolo e gli operatori di eccellenza dell'industria. Nel 2022 Olitalia ha sottoscritto un accordo con Filiera Agricola Italiana, con l'obiettivo di valorizzare il prodotto di una filiera tracciata, gestita in un modo etico, che sostiene il lavoro dell'agricoltore grazie ad un'adeguata remunerazione, in un'ottica di garanzia verso il consumatore finale circa la trasparenza dell'intera filiera produttiva fino all'origine della materia prima.
FILIERA ITALIA	**Filiera Italia** è una fondazione che sostiene e valorizza il cibo 100% italiano grazie ad una solida alleanza tra la produzione agricola – rappresentata da Coldiretti, oltre cento tra le più importanti imprese italiane di trasformazione alimentare, le principali catene della distribuzione organizzata e partners strategici.
O.N.A.O.O. ORGANIZZAZIONE NAZIONALE ASSAGGIATORI OLIO di OLIVA	**ONAOO - L'Organizzazione Nazionale Assaggiatori Olio di Oliva** si occupa di difendere, valorizzare e tutelare quell'importante patrimonio tecnico e culturale che è l'arte dell'assaggio dell'olio di oliva. ONAOO non è soltanto formazione ma, sempre da una posizione super partes ed ispirata a rigore scientifico, rappresenta un luogo di scambio, di esperienze, di dibattiti e di difesa della qualità degli oli d'oliva.
NORTH AMERICAN OLIVE OIL ASSOCIATION CERTIFIED QUALITY	La **North American Olive Oil Association** si impegna a fornire ai consumatori nordamericani prodotti di qualità in un mercato giusto e competitivo; favorire una chiara comprensione delle diverse qualità di olio d'oliva e ad esporre i benefici dell'olio d'oliva nella nutrizione, nella salute e nelle arti culinarie.

Olitalia ha inoltre aderito a importanti associazioni tra cui Confindustria e Coripet per attivare collaborazioni strategiche con partner autorevoli.

OLIO EXTRA VERGINE D'OLIVA 100% ITALIANO SELEZIONE ORO DA FILIERA TRACCIATA



L'olio extra vergine d'oliva 100% italiano - Selezione Oro, è un olio dall'origine 100% italiana, da filiera tracciata in collaborazione con Filiera Agricola Italiana, che garantisce la tracciabilità dell'origine della materia prima e l'equa remunerazione del lavoro agricolo in coerenza con una gestione etica e controllata del terreno.

L'obiettivo congiunto dell'accordo tra Olitalia e Filiera Agricola Italiana, è quello di portare sul mercato prodotti da filiera 100% italiana tracciata che rispettino i valori di sostenibilità economica di tutto il processo produttivo, in un'ottica di trasparenza ed informazione verso un consumatore finale sempre più attento ad effettuare scelte d'acquisto consapevoli. La riconoscibilità sul mercato del prodotto commercializzato in virtù di quest'accordo è garantita dalla presenza del Marchio "Firmato dagli Agricoltori Italiani".

Le certificazioni

Per Olitalia "eccellenza" significa adottare gli standard più elevati in tutte le fasi della filiera di produzione, come dimostra l'adozione da parte dell'azienda – oltre al controllo di qualità interno – delle certificazioni di qualità più importanti, tra cui:

BRC Global Standard
per la sicurezza alimentare

IFS
International Food Standard

ISO 45001
certificazione sui sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro

BIO Europa
Certificazione di qualità biologica europea

AEO
Authorized Economic Operator

Alcuni prodotti Olitalia presentano la certificazione Kosher e Halal.

Etica e integrità

Olitalia si propone a fornitori, clienti e operatori come partner solido ed affidabile, capace di soddisfare i loro bisogni e le loro aspettative.

Olitalia lavora per garantire un elevato standard qualitativo in riferimento ad ogni suo prodotto, attraverso l'oculata scelta di materie prime da fornitori selezionati ed in grado di garantire la provenienza del prodotto, attraverso processi produttivi conformi a stringenti procedure interne (adottate su base volontaria) nonché ai disciplinari di produzione per i prodotti a marchio D.O.P. o I.G.P.

Olitalia è distribuita in circa 120 paesi e dialoga con tutti i mercati: osserva i trend e risponde con una gamma completa di prodotti per soddisfare e rispettare i bisogni nutrizionali e le abitudini alimentari di ogni consumatore. Inoltre, nel pieno rispetto della soddisfazione dei propri clienti, garantisce la commercializzazione di prodotti di sicura e certa provenienza e lavorazione e di totale tracciabilità delle materie prime.

Ai fini di mitigare i rischi etici nella propria supply chain è iscritta dal 2015 come B member al portale SEDEX, una piattaforma di scambio dei dati internazionali.

In base alle risultanze delle verifiche e alle richieste dei clienti, Olitalia riceve un audit di tipo SMETA 4 pillar, sugli aspetti sociali, ambientali e di sicurezza sul lavoro, con periodicità biennale o quadriennale.

La visione etica dell'azienda non può prescindere da alcuni, basilari principi:

operare secondo i principi della qualità e della prevenzione di vizi e sinistri, così da fornire un prodotto ed un servizio costante nelle proprie caratteristiche, sicuro e garantito;

razionalizzare la gestione aziendale in tutte le sue aree;

riconoscere un ruolo primario a formazione e coinvolgimento di tutto il personale;

integrare, negli obiettivi di efficacia ed efficienza, i principi di sviluppo sostenibile ed ambientalmente compatibile e di prevenzione degli infortuni sul lavoro, presupposti irrinunciabili per la presenza responsabile e duratura all'interno del mercato.

Mission

Far vivere esperienze uniche di gusto, sapori e profumi, che portino la qualità, il benessere e l'eccellenza del buon vivere italiano sulle tavole e cucine di tutto il mondo.

Per raggiungere tali alti obiettivi l'impegno di Olitalia è di:

- Garantire la qualità certificata delle materie prime
- Anticipare le tendenze del mercato
- Investire sull'innovazione e sulla diversificazione di prodotto e di processo
- Abbattere i consumi e l'impatto ambientale della produzione

Vision

Diventare brand leader mondiale dei condimenti italiani.

Dalla sinergia tra le due realtà del Gruppo, Olitalia e Acetaia Giuseppe Cremonini, nasce la definizione dell'albero dei valori che coinvolge le persone che lavorano nel Gruppo ogni giorno e simboleggia il legame tra l'ulivo e la vite: raffigurazione delle due aziende che, pur mantenendo la propria identità, sono indispensabili l'una all'altra.

I valori

Nel 2015, con l'obiettivo di massimizzare le sinergie tra le due aziende del Gruppo è stato adottato un modello organizzativo che integra le due realtà che, pur mantenendo la loro identità, sono indispensabili l'una all'altra per rafforzarsi reciprocamente.

Da un lavoro di squadra, guidato da una società di consulenza esterna, che ha coinvolto direttamente la proprietà, i dirigenti e i dipendenti di entrambe le realtà, è stato definito il sistema valoriale che deve orientare i comportamenti di ciascuno in azienda.

Dal lavoro è emerso che i valori ritenuti imprescindibili per il successo dei futuri progetti di sviluppo sono: coraggio, propensione al cambiamento, senso di appartenenza, professionalità.

È stato quindi indetto un concorso interno affinché i dipendenti proponessero e scegliessero il logo rappresentativo del sistema valoriale condiviso.

L'albero dei valori è diventato il simbolo etico dell'azienda.



SENSO DI APPARTENENZA

e spirito di gruppo si esprimono, in primo luogo, nella consapevolezza dell'identità comune, che in un contesto aziendale è il frutto delle strategie decise ai vertici ma anche dei contributi e del vissuto degli stessi dipendenti. Ciò consiste nella condivisione di comportamenti, modi di pensare e atteggiamenti sia in riferimento alla posizione sul mercato, alla mission aziendale che al metodo e agli obiettivi di lavoro. Chi ha senso di appartenenza sostiene le scelte aziendali e sollecita i colleghi alla coesione contribuendo a creare un clima positivo.

PROPENSIONE AL CAMBIAMENTO

l'attitudine a valutare le novità e le innovazioni introdotte nel proprio contesto lavorativo come opportunità di crescita professionale, considerandone potenziali vantaggi e benefici. Capacità di rispondere al cambiamento organizzativo modificando il proprio comportamento per adattarsi alla nuova situazione e agevolando in tal modo il complessivo processo di cambiamento. In altri termini propensione al cambiamento non significa solo sapersi "adattare" alle novità, ma anche esserne parte attiva.

CORAGGIO

il propulsore per tutte le scelte del manager e dell'Azienda, fa superare i problemi, genera confronto, genera idee e le porta avanti. Il coraggio può essere definito come l'atteggiamento positivo con cui si affronta una situazione di pericolo o con cui si tende ad uno scopo dal raggiungimento difficoltoso e incerto. Il coraggioso affronta le situazioni temibili e compie le azioni che derivano dal coraggio, allo scopo di conseguire gli obiettivi che l'azienda gli ha affidato.

PROFESSIONALITÀ

è l'insieme di competenze, capacità, abilità e saperi a cui si associa uno stile comportamentale e relazionale coerente con i valori e le regole dell'azienda. Da questa definizione si ricava come la professionalità possa essere distinta in dichiarata e praticata:

- la professionalità dichiarata ha le sue evidenze oggettive nella formazione tecnico/professionale dell'individuo, distinguibile in curricula scolastici ed esperienze lavorative e/o relazionali
- la professionalità agita è l'insieme di comportamenti che consentono all'individuo di poter applicare le proprie conoscenze professionali in modo efficiente ed efficace anche in chiave di rapporti interpersonali con i clienti interni/esterni.

Codice etico e modello organizzativo

Il Codice Etico contiene le linee guida e i principi che Olitalia ha definito per comunicare e far rispettare a tutta l'organizzazione un comportamento etico e rispettoso dei principi e delle regole che il consiglio d'amministrazione ha definito.

Tale Codice sancisce principi etici e regole di condotta, rilevanti anche ai fini della ragionevole prevenzione dei reati indicati nel D. Lgs. n. 231/2001, recante la disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni, anche prive di personalità giuridica, e mira a raccomandare, promuovere o vietare determinati comportamenti, al di là e indipendentemente da quanto previsto a livello normativo. Il Codice Etico è un elemento essenziale del Modello di organizzazione, gestione e controllo adottato da Olitalia.

Olitalia è dotata di un organismo di vigilanza (ODV) composto da professionisti interni ed esterni che hanno il compito di vigilare sulla corretta applicazione del modello organizzativo adottato.

Il Codice è rivolto ai componenti degli organi sociali, ai dipendenti, ai clienti e fornitori, agli agenti, ai consulenti e a tutti i portatori di interesse. È stato elaborato per assicurare che i valori etici di Olitalia siano chiaramente definiti e costituiscano l'elemento base della cultura aziendale e lo standard di comportamento di tutti i collaboratori nella conduzione degli affari e delle loro attività. Olitalia promuove la diffusione del Codice presso tutti i destinatari mettendone a disposizione una copia sul sito web aziendale: www.olitalia.com.



2 Il prodotto

I prodotti Olitalia nascono dall'attenta selezione delle materie prime. L'azienda è dotata di un sistema di controllo efficace e costantemente aggiornato per garantire alla clientela la genuinità, la qualità, l'integrità e la provenienza dei propri prodotti.

Olitalia ha costruito, all'interno di questo settore, un posizionamento distintivo, che proviene dalla cultura imprenditoriale della famiglia, uno stile italiano che si traduce nella massima attenzione alla qualità e propensione per la ricerca e l'innovazione.

La qualità è la caratteristica distintiva di tutti i prodotti Olitalia: ogni prodotto è un'esperienza di gusto unica e originale. La selezione delle materie prime avviene in modo attento e rigoroso, una solida garanzia di qualità costante nel tempo.

Per assicurare l'eccellenza dei suoi prodotti e per sostenere e diffondere la cultura dell'olio, l'azienda collabora con le più importanti Università Italiane, prestigiosi Istituti di Ricerca e organizzazioni come O.N.A.O.O. (Organizzazione Nazionale Assaggiatori Olio di Oliva).

Olitalia dispone di un panel interno di esperti assaggiatori, che valutano gli oli extravergini di oliva per testarne e certificarne le caratteristiche organolettiche. L'azienda offre una vasta gamma di oli extravergini, oli di oliva e oli di semi sia a proprio marchio sia con il marchio di prestigiosi retailer italiani e internazionali.

Nel 2023 Olitalia ha confezionato 91.239.173 litri di olio

Olio di Oliva ed Extravergine

Olitalia seleziona ogni anno le migliori varietà di oli extravergini d'oliva per la propria linea Monocultivar e i migliori oli extravergini d'oliva delle principali regioni italiane olivicole per la propria linea Dop e Igp.
Olitalia è anche un interprete esperto della tradizione del blending, una delle virtù distintive dell'industria olearia italiana. Per la produzione dell'olio extravergine di oliva, l'azienda impiega la sua capacità di selezionare materie prime eccellenti e miscelarle, per creare oli con profili organolettici di qualità e adatti ai diversi gusti dei consumatori in Italia e nel mondo. L'olio extravergine è un prodotto completamente naturale, che risente in quanto tale di fattori stagionali: il blending di diverse varietà di cultivar permette di garantire al prodotto caratteristiche equilibrate e costanti nel tempo. Nella stessa categoria rientrano anche l'olio di oliva e di sansa.

Olio di Semi

La ricerca di semi, ricchi di proprietà naturali rendono la linea degli oli di semi unica per qualità e innovazione. Girasole, mais, arachide, riso, vinacciolo, soia: il vasto assortimento soddisfa qualsiasi esigenza in cucina.

Olio da Frittura

Olitalia sviluppa prodotti da frittura innovativi, come Frienn, Fridor e Frigoloso, con formulazioni specifiche ideate per questo tipo di cottura. Fa parte degli oli da frittura anche l'olio di palma.

Linee di prodotto

L'ampia linea di prodotti Olitalia è disponibile in diversi formati nei segmenti olio di oliva ed extravergine, olio di semi e olio da frittura, per soddisfare le abitudini alimentari dei consumatori e le esigenze dei professionisti.

LINEA RETAIL :

Per il consumo casalingo



LINEA FOOD SERVICE:

Per la tavola



Per la cucina - grandi formati



I riconoscimenti

Negli ultimi anni sono state più di una le linee di prodotto premiate in diverse occasioni.

Cibus Innovation Corner
È l'esposizione realizzata da Cibus che seleziona i 100 prodotti giudicati più innovativi tra quelli presentati a Cibus. Frienn – Bag in Box è stato tra i prodotti che hanno ottenuto questo riconoscimento.

Milan International Olive Oil Award
È un prestigioso concorso ideato dalla casa editrice Olio Officina e incentrato sulla selezione dei migliori oli extravergini di qualità di entrambi gli emisferi.
I dedicati – speciali per verdure ha ottenuto, in questa occasione, il Premio 'bicchiere d'oro'.

London international olive oil competitions
È il più grande concorso europeo dedicato agli oli extravergini, che mira a promuovere la cultura dell'olio di qualità fra olivicoltori, frantoi, distributori e rivenditori. I dedicati – speciale per carne ha ottenuto la valutazione Silver Award per la qualità.

Le forme dell'olio
È un concorso con cui si valorizzano le più belle, innovative ed efficaci proposte di packaging e design applicate al mondo oleario.
La linea I Dedicati Gourmet ha vinto il primo premio nella categoria 'Linea commerciale'.

Milan International Condiments Award (MICA)
È un concorso nato con lo scopo valorizzare tutte le produzioni di qualità appartenenti alle categorie dei condimenti aromatizzati, sottoli, paté, conserve e composte.
La linea degli Aromatizzati è stata premiata. In particolare l'olio aromatizzato all'origano ha ricevuto il premio platino.
Gli oli aromatizzati al rosmarino e all'aglio hanno ricevuto il premio oro.
I restanti hanno ricevuto il premio argento.


OLITALIA
LA TRADIZIONE DI DOMANI.
Tutta la buona cucina gira intorno a un grande olio.
I nostri oli esaltano il gusto di ogni ingrediente e garantiscono risultati d'eccellenza nella preparazione di ogni piatto. Nascono dall'unione della sapiente selezione delle materie prime di Olitalia e dalla continua collaborazione con numerosi chef italiani e internazionali. Insieme creiamo prodotti innovativi, capaci di soddisfare ogni palato, anche il più esigente. Per questo Olitalia è il marchio preferito dagli chef italiani.*
n°1
La marca preferita dagli chef italiani*
* Claim di Olitalia basato su una ricerca condotta da NielsenIQ a giugno 2023. Risultati a Totale Marca Olitalia, su un campione di 600 tra Ristoranti, Pizzerie e Hotel con cucina. +/- 4 punti percentuali con un'attendibilità della stima del 95%.

La strategia distributiva

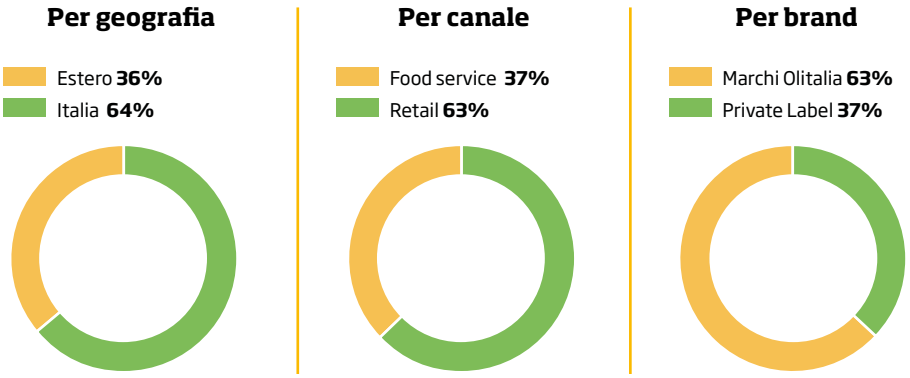
Olitalia distribuisce le proprie linee di prodotto sia attraverso il canale della distribuzione al dettaglio, sia nel settore del food service, in cui è il leader di mercato in Italia. La proficua relazione con il mondo della ristorazione, sostenuta da collaborazioni attive con i migliori professionisti e associazioni di settore italiane ed internazionali, rende Olitalia un punto di riferimento anche per i consumatori di culture differenti.

La presenza in mercati di tutti i continenti permette all'azienda di rispondere alle esigenze di un mercato complesso e in costante mutamento.

Olitalia è inoltre un partner affermato di molte realtà distributive italiane e internazionali per la produzione di prodotti a marchio privato. Grazie anche a queste collaborazioni, l'azienda è riuscita ad espandere la propria presenza a livello globale.

Inoltre in alcuni paesi come Taiwan, Sud Corea e Brasile, il brand Olitalia detiene quote di mercato rilevanti nel canale Retail, dimostrando la forza e l'attrattiva del marchio a livello internazionale. Grazie alla sua capacità di innovazione, alla qualità dei prodotti e alle relazioni solide nel settore, Olitalia continua a crescere e ad essere un riferimento a livello globale nel mercato degli oli e dei condimenti.

PESO A VALORE 2023



Piano di sviluppo

L'azienda sta implementando un ambizioso piano strategico mirato a far crescere Olitalia nei diversi mercati di riferimento secondo alcune direttrici chiave:

Affermazione nel mercato retail in Italia come brand di altissima qualità attraverso un'offerta completa e innovativa e il supporto di un piano di comunicazione integrato

Consolidamento della leadership nel food service in Italia, rinforzando la collaborazione con i partner distributori e il forte legame con il mondo della ristorazione e della formazione

Potenziamento della presenza a livello internazionale penetrando nuovi mercati e consolidando la posizione nei mercati di forza attraverso la collaborazione con partner commerciali locali

Ampliamento e rafforzamento della relazione con importanti retailer italiani e internazionali, anticipando le tendenze e garantendo servizio e qualità per le loro private label

Olitalia è la marca preferita dagli chef in Italia*

Olitalia ha una leadership affermata e storica nel mondo del Foodservice. Periodicamente, a partire dal 2014, viene svolta una ricerca di mercato a cura della società Nielsen su un campione rappresentativo.

Olitalia è la prima marca che viene in mente in modo spontaneo agli operatori del settore ed è la marca più acquistata sia per cucinare che a tavola, con l'indice di fedeltà più elevato rispetto ai concorrenti.

E infine, Olitalia è la marca più usata per friggere (con il prodotto Frienn)*.

n°1 

*Claim di Olitalia basato su una ricerca condotta da NielsenIQ a giugno 2023. Risultati a Totale Marca Olitalia, su un campione di 600 tra Ristoranti, Pizzerie e Hotel con cucina. +/- 4 punti percentuali con un'attendibilità della stima del 95%.


OLIO
EXTRAVERGINE
DI OLIVA
100% ITALIANO
OLITALIA

Olitalia Innovation Lab

Olitalia Innovation Lab (O.I.L.) è uno spazio, con cucina professionale, destinato alla formazione e ai progetti di innovazione di prodotto. Le principali tematiche trattate sono quelle relative all'olio extravergine d'oliva, agli oli di semi e ai prodotti per frittura e al loro impiego in ricettazione a casa o nelle cucine professionali. Si tratta di un luogo attivo in cui si accolgono oltre 40 visite all'anno tra clienti, distributori, associazioni di chef o scuole di formazione, ma soprattutto un luogo vivo, dove nascono i percorsi di ricerca e sviluppo per la creazione e l'applicazione dei prodotti. Sono circa 200 le attività svolte ogni anno con più di 700 ore di formazione in house, più altre giornate di formazione presso le scuole di alta formazione come Accademia Niko Romito, C.A.S.T. Alimenti, Congusto Gourmet Institute, Dolce&Salato e Incibum Formamentis.



Riunione forza vendita Italia - Maggio 2023

Ricerca e sviluppo

Olitalia pone grande attenzione alla ricerca e lo sviluppo di prodotti innovativi, anche grazie alle numerose collaborazioni, convenzioni e dottorati di ricerca con importanti Università italiane (UNIBO Bologna, UNIPG Perugia e UNISG Pollenzo). Numerose sono anche le collaborazioni con associazioni di chef, italiane e internazionali, con cui crea prodotti sia per le cucine dei ristoranti, sia per quei consumatori che vogliono esaltare il gusto dei piatti e avere prestazioni professionali in cottura.

Olitalia sta sviluppando tre importanti progetti di innovazione focalizzati sulla qualità e la sicurezza alimentare.

1. Validazione di un metodo di analisi per i composti volatili negli oli extravergine d'oliva, affiancandolo al tradizionale panel test sensoriale.
2. Valutazione della veridicità dei claim nutrizionali e funzionali sui prodotti per frittura e sviluppare nuove formule migliorate.
3. Sviluppo di un metodo predittivo della shelf life dei prodotti alimentari utilizzando tecniche di intelligenza artificiale (IA).



Riunione Marketing e R&S per lo sviluppo di nuovi prodotti

Tra i principali prodotti di innovazione, i più rappresentativi sono

Frienn

Tra i prodotti di Olitalia, si distingue per il suo alto contenuto di innovazione Frienn. La specifica formulazione di Frienn, olio di semi di girasole alto oleico e antiossidanti, in parte estratti dal rosmarino, garantisce elevata stabilità alle alte temperature con riduzione degli odori di fritto, schiuma e fumo.



La sua innovativa formulazione, tutelata da brevetto, è stata studiata per difendere l'olio dall'ossidazione durante la frittura e permettere di rallentare la formazione dello sgradito odore di rancido e mantenere un punto di fumo elevato.



I Dedicati

La linea I Dedicati è nata dalla collaborazione tra il team interno di assaggiatori professionisti di Olitalia e JRE-Jeunes Restaurateurs, una delle associazioni più importanti a livello internazionale, composta da giovani chef dell'alta gastronomia europea e che conta oltre 180 stelle Michelin. Confronti, degustazioni e test sui cibi si sono succeduti fino alla definizione precisa di tutte le caratteristiche sensoriali di ciascun olio della linea. Il risultato segna l'inizio di una nuova era: quella dell'extra vergine come ingrediente capace di armonizzarsi, al meglio, al gusto di ogni pietanza.



"I Dedicati" è la linea composta da tre oli extravergini di oliva con altrettanti diversi profili sensoriali.

Gli stessi sono studiati per esaltare al meglio il sapore e il gusto di tre specifici ingredienti: pesce, verdure e carne.



CondiCHEF



CondiCHEF è un condimento a base di oli vegetali aromatizzati, nato dall'esperienza di Olitalia per supportare al meglio gli chef in cucina.

CondiCHEF è composto da olio extravergine di oliva (51%), olio di girasole alto oleico (48,998%) e da un leggero aroma naturale di basilico (0,002%) ed è ricco di grassi monoinsaturi e Vitamina E.

CondiCHEF è un olio versatile per tutti gli utilizzi in cucina, sia a crudo che in cottura.

Fridor



Fridor è il il primo prodotto da frittura professionale ideato da Olitalia. Per la prima volta viene utilizzato olio di semi di girasole altoleico in un prodotto per frittura.

Pizzolivm



Pizzolivm è un olio extra vergine di oliva, ottenuto da una selezione di cultivar di origine 100% italiana, nato dalla collaborazione con i pizzaioli dell'Associazione Verace Pizza Napoletana e gli assaggiatori più rinomati a livello internazionale che hanno testato l'olio sulla pizza fino a trovare quello dal profilo sensoriale perfetto per l'abbinamento alla vera pizza napoletana e che ne armonizza al meglio gli ingredienti.

Stabilimento produttivo



Magazzino B: cisterne coibentate

Gli investimenti di Olitalia in tecnologia avanzata e infrastrutture all'avanguardia dimostrano l'impegno continuo dell'azienda nel migliorare i propri processi produttivi e nel garantire prodotti di altissima qualità e sicurezza per i consumatori.

L'impianto di ultima generazione dell'azienda è uno dei pochi in Italia a disporre di un sistema Quality Controlled Temperature. All'interno dei serbatoi coibentati, dove viene conservato l'olio extravergine di oliva, viene mantenuta una temperatura costante tra 16 e 18°C.

QUALITY CONTROLLED TEMPERATURE



Magazzino B1: cisterne in ambiente climatizzato

Inoltre, il sistema di filtrazione 2 Steps Low Temp Filter aiuta a mantenere una temperatura costante durante l'intero processo di filtrazione, evitando gli shock termici tipici del processo di filtrazione classica.

Sistemi di pompaggio a basso stress e tubazioni in acciaio inox garantiscono un trattamento dei prodotti di alto livello e massima igiene. Questi importanti accorgimenti contribuiscono ad offrire al prodotto migliori condizioni di conservazione.

La linea produttiva installata per la produzione e il riempimento di bottiglie in PET (disponibili in vari formati) è in grado di raggiungere una velocità di riempimento di 27.000 litri di olio all'ora. Questa linea all'avanguardia rappresenta un notevole miglioramento in termini di efficienza e capacità produttiva.



Linea K3: linea di soffiaggio e confezionamento PET e linea di confezionamento latta

Complessivamente, le 8 linee di produzione di Olitalia esprimono una capacità totale di circa 60.000 bottiglie all'ora. Queste linee sono progettate per gestire diverse tipologie di confezioni, variando in dimensioni e materiali (vetro, PET, latta).

Questa flessibilità consente a Olitalia di soddisfare le esigenze di un'ampia gamma di mercati e consumatori, offrendo soluzioni di confezionamento su misura per ogni necessità.

3 linee per le bottiglie di vetro/PET

formati: 250 ml, 500 ml, 750 ml, 1L, capacità da 8.000 a 18.500 pezzi/ora.

1 linea per secchi 20L / latte 25L

capacità circa 280 pezzi/ora.

3 linee per il PET / lattine

3 linee per il PET formati: 500 ml, 1L, 2L, 3L, 5L, 10L
e per lattine, formati 3L e 5L
capacità da 2.800 a 18.500 pezzi/ora.

1 linea per il Bag in Box

formati: 10 e 20 litri, capacità circa 2.000 pezzi/ora.

Tutti gli impianti presenti nello stabilimento sono interconnessi con il sistema gestionale e a vari software dipartimentali in grado di garantire i controlli qualità e la rintracciabilità dei prodotti durante tutto il processo produttivo.



Sistema integrato di gestione e controllo dello scarico, dello stoccaggio e della movimentazione dell'olio sfuso

Nuovi impianti di confezionamento

Nel corso del 2023 sono stati installati quattro nuovi macchinari nell'area di produzione: una soffiatrice, una sleeveratrice e due incartonatrici.

Soffiatrice

La nuova **soffiatrice** è stata installata al posto delle due soffiatrici precedenti nella linea di confezionamento di bottiglie in PET da 10L. Il nuovo macchinario è grado di lavorare preforme da 10 e da 5 litri, anche in R-PET riciclato al 100% ed è predisposta al soffiaggio di nuovi materiali biodegradabili (per esempio PLA). Questo investimento permette anche di anticipare le future richieste del mercato in relazione allo sviluppo di nuovi packaging meno impattanti sull'ambiente. Questo macchinario consente un aumento della capacità produttiva del 20% e un recupero energetico del 30%. La maggiore efficienza di soffiaggio, il recupero di aria fino al 40% e il minor consumo di energia delle lampade di riscaldamento delle preforme hanno permesso la sostituzione del compressore attuale con uno di dimensioni inferiori, il quale ha portato ad un ulteriore risparmio energetico.

Sleeveratrice

La nuova macchina **sleeveratrice** ha sostituito quella esistente nella linea di confezionamento di bottiglie in PET e R-PET da 1 litro. Questa macchina serve per applicare intorno alla bottiglia lo sleeve, una particolare tipologia di etichetta avvolgente realizzata in materiale plastico. Attraverso l'installazione della sleeveratrice si ha un aumento di produttività del 25% ed un risparmio energetico del 20% rispetto a quello attuale. Questo è possibile grazie ad una migliore coibentazione del tunnel a vapore, all'utilizzo di ugelli a consumo di vapore ottimizzato, alla possibilità di utilizzare sleeve di uno spessore inferiore del 12% rispetto a quelli lavorati attualmente e al risparmio energetico in fase di rallentamento.

Incartonatrici

Le due **incartonatrici** hanno rimpiazzato quelle esistenti nelle due linee di imbottigliamento in vetro. Uno dei fattori che ha portato a questo investimento è l'esigenza di una nuova tipologia di imballi secondari, emersa principalmente dalla GDO, per consentire il confezionamento delle bottiglie in cartoni "shelf ready". Le due macchine incartonatrici sono in grado di aumentare la produttività del 25%. I nuovi macchinari hanno motori ad alta efficienza e permettono un recupero energetico in fase di rallentamento. Nel complesso si stima una riduzione dei consumi di energia del 25% e si potranno utilizzare film plastici composti da oltre il 50% di prodotto riciclato.

Sicurezza e controllo qualità

La garanzia del prodotto Olitalia è assicurata da un sistema di gestione della qualità articolato in tre componenti principali: assicurazione qualità, controllo qualità e laboratorio di analisi interno. Questo sistema è supportato da un piano di controlli analitici sugli oli e di qualità sulle linee produttive.

Il laboratorio interno svolge analisi sugli oli durante tutto il processo di produzione, seguendo rigorosamente le normative europee vigenti per garantire la genuinità, la qualità e la freschezza del prodotto. Oltre alle analisi chimiche, l'azienda esegue controlli organolettici attraverso un panel di esperti, condotti in una sala professionale e guidati da un capo panel con idoneità riconosciuta.

In aggiunta al piano analitico interno, Olitalia commissiona analisi chimiche a laboratori esterni accreditati, sia italiani che esteri, e a panel ufficiali di controllo. Questa doppia verifica, interna ed esterna, assicura una tutela maggiore della qualità.

Il sistema di gestione qualità di Olitalia è certificato annualmente secondo i principali standard del settore alimentare, BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Featured Standards). Queste certificazioni attestano l'impegno dell'azienda nel mantenere i più alti standard di qualità e sicurezza alimentare, garantendo ai consumatori un prodotto sicuro e di qualità.

Nell'anno 2023:

10% del personale dedicato al controllo qualità

40.000 analisi interne

600 campioni inviati a laboratori esterni

232 Panel esterni ufficiali

Etichettatura

Olitalia ha una profonda conoscenza delle varie normative relative ai prodotti e all'etichettatura, grazie alla sua forte presenza nei mercati esteri. L'azienda si avvale dei servizi delle maggiori società di consulenza e analisi a livello internazionale e di primari studi legali specializzati nel settore alimentare.

In questo modo Olitalia si mantiene costantemente aggiornata, garantendo l'apposizione di etichette conformi alle normative nazionali, europee ed internazionali. L'azienda si avvale dei servizi delle maggiori società di consulenza e analisi a livello internazionale e di primari studi legali specializzati nel settore alimentare.

L'impegno di Olitalia nel garantire una corretta etichettatura non solo tutela i consumatori, ma rafforza anche la fiducia nei prodotti dell'azienda, dimostrando un continuo rispetto per le normative vigenti e una dedizione alla trasparenza e alla qualità.

Nel 2023 l'azienda non ha ricevuto contestazioni legate all'etichettatura.

Tracciabilità, rintracciabilità e integrità

Il rispetto delle normative cogenti in materia di tracciabilità e rintracciabilità del prodotto è garantito da sistemi automatici di controllo, implementati attraverso software dipartimentali di produzione. Questi sistemi operano dalla fase di scarico delle materie prime fino alla fase di imbottigliamento del prodotto.

Il prodotto finito viene rintracciato da un sistema automatico di rilevazione in radiofrequenza, che si interfaccia con il sistema gestionale dell'azienda. Questo sistema consente di monitorare e seguire il prodotto in ogni fase del processo produttivo e logistico, assicurando la massima trasparenza e conformità alle normative vigenti.

Grazie a questa tecnologia avanzata, Olitalia è in grado di garantire una tracciabilità completa, dalla produzione fino alla consegna al cliente. Questo non solo migliora la gestione interna, ma aumenta anche la fiducia dei clienti, assicurando che ogni prodotto possa essere rintracciato e monitorato lungo tutta la filiera.

Oltre al rispetto delle normative, Olitalia partecipa attivamente a progetti e attività volontarie finalizzate a garantire trasparenza e tracciabilità fino al campo. Tra questi progetti, spicca la collaborazione con Filiera Agricola Italiana per l'Olio Extravergine 100% Italiano Selezione Oro.

Questa partnership permette di monitorare l'intero percorso dell'olio, dal campo fino al consumatore finale, assicurando che ogni fase della produzione sia documentata e verificabile. Inoltre in questo modo l'azienda si impegna a sostenere pratiche agricole sostenibili e a valorizzare il lavoro dei produttori locali, garantendo ai clienti un prodotto di altissima qualità e completamente tracciabile.

L'adesione a queste iniziative testimonia l'impegno di Olitalia non solo nel rispetto delle normative vigenti, ma anche nella promozione di una filiera trasparente e responsabile. Questo approccio consente ai consumatori di fare scelte informate e di avere la certezza dell'origine e della qualità del prodotto che acquistano.



Sala panel test Olitalia



Laboratori Olitalia

Responsabilità di prodotto: ascolto del cliente e reclami

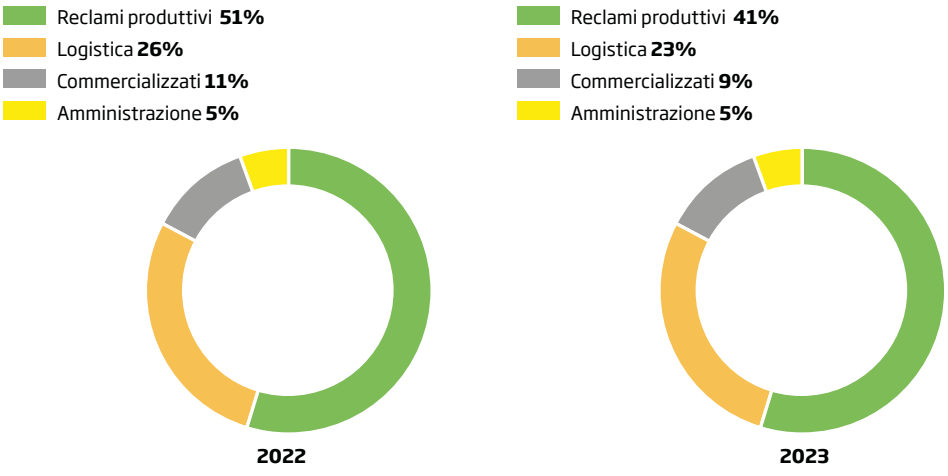
Per gestire in maniera puntuale reclami e non conformità, Olitalia ha elaborato una procedura interna inserita nel Sistema di Gestione Qualità. L'iter di analisi di reclami e non conformità inizia con una segnalazione interna o da un cliente, registrata nel software di Qualità aziendale, dal quale avviene un inoltro automatico al team Qualità.

Il recepimento della segnalazione attiva l'indagine che coinvolge le funzioni principali dei comparti di interesse: grazie a questo sistema, l'azienda può identificare rapidamente eventuali problematiche ricorrenti e implementare azioni correttive mirate per garantire costantemente la qualità dei prodotti e la soddisfazione del cliente. I dati raccolti vengono analizzati mensilmente e riepilogati annualmente nel Riesame della Direzione, garantendo un controllo costante e una gestione efficace delle non conformità.

Per l'analisi statistica, Olitalia utilizza un indice denominato CPTHU che mette in relazione il numero di reclami riscontrati con il numero di confezioni vendute nell'anno, moltiplicato per 100.000 unità. L'uso del CPTHU consente di quantificare l'incidenza dei reclami in modo standardizzato, facilitando il monitoraggio e il confronto delle prestazioni qualitative nel tempo.

Nel 2023 i reclami sono stati 106 di cui riscontrati 78, numeri in decrescita rispetto ai 160 reclami del 2022 (riscontrati 93).

I reclami hanno interessato le seguenti aree aziendali:

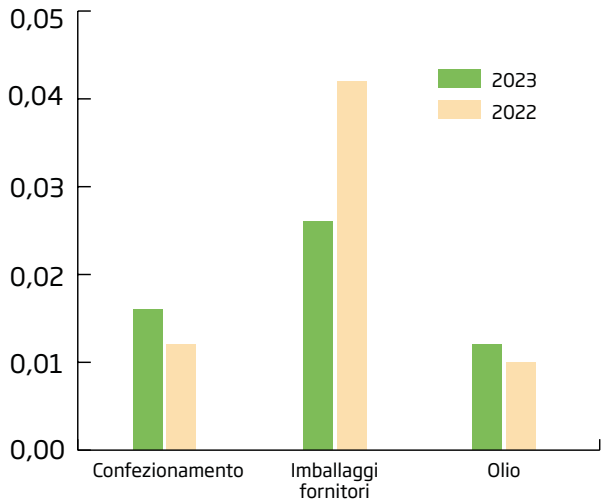


Il CPTHU totale nel 2023 è stato 0,119 (0,134 nel 2022). Tra i reclami produttivi (l'area aziendale con il numero maggiore di reclami) l'indice è stato ripartito tra le seguenti aree:

Area reclamo	CPTHU 2023	CPTHU 2022
Confezionamento	0,016	0,012
Imballaggi/fornitori	0,026	0,042
Olio	0,010	0,010

Dall'analisi effettuata ne segue che la categoria in cui si sono registrate più segnalazioni è quella dei materiali sussidiari, nonostante ci sia stata una netta riduzione delle problematiche rispetto all'anno 2022 (-36.5%), raggiungendo l'obiettivo di miglioramento fissato per il 2023.

RECLAMI PRODUTTIVI



L'analisi dei reclami e delle non conformità interne ha permesso di definire, anche per l'anno 2024 nuovi obiettivi volti al miglioramento continuo.

Ogni anno l'azienda è sottoposta ad audit di seconda e terza parte da enti di certificazione e clienti. In totale nell'anno 2023 Olitalia è stata soggetta a 14 ispezioni, che hanno accertato la conformità del sistema qualità ai requisiti e alle specifiche dei clienti.



3

Olitalia delinea e cura con particolare attenzione tutte le fasi di approvvigionamento della materia prima, attraverso una oculata scelta dei fornitori, di lavorazione ed affinamento del prodotto, così da esaltarne le qualità organolettiche e la genuinità.

L'approvvigionamento

Il settore agroalimentare sta vivendo profonde trasformazioni, con una crescente enfasi sulla sostenibilità e sulla transizione verso un'economia circolare. Questa trasformazione non rappresenta solo una sfida, ma anche un'opportunità fondamentale per lo sviluppo e la competitività dell'azienda. Olitalia, promotrice del Made in Italy, coniuga tradizione e innovazione, fondando la propria idea di filiera su due principi cardine: la reciprocità e la collaborazione.

Nel corso degli anni, l'azienda ha costruito una rete di interdipendenza con i suoi fornitori, basata su rapporti duraturi e di fiducia reciproca. Questo approccio garantisce la distintività dei prodotti, contribuendo al miglioramento del sistema agroalimentare italiano, delle condizioni di lavoro dei produttori e dell'innovazione nella catena del valore. La solidità di queste relazioni è fondamentale per assicurare l'alta qualità e la tracciabilità dei prodotti offerti da Olitalia.

La transizione verso un'economia circolare è un aspetto cruciale: questo modello economico mira a ridurre gli sprechi, ottimizzare l'uso delle risorse e promuovere il riutilizzo e il riciclo dei materiali. Adottando questi principi, Olitalia non solo contribuisce alla sostenibilità ambientale, ma rafforza anche la propria posizione competitiva nel mercato globale.

Per assicurare che tutti i partner commerciali aderiscano agli elevati standard etici e di qualità dell'azienda, viene richiesto a tutti i fornitori di firmare il Codice di Condotta aziendale. Il rispetto delle norme e dei principi contenuti all'interno del Codice è essenziale per mantenere l'integrità della filiera e per promuovere pratiche sostenibili e socialmente responsabili.



CFT1: linea di confezionamento bottiglie in vetro

I fornitori

Al fine di garantire la massima qualità dei prodotti offerti, l'azienda ha avviato un'analisi della propria catena di approvvigionamento attraverso un questionario di valutazione dettagliato, che include parametri riguardanti le pratiche di sostenibilità ambientale, sociale e di governance.

I dati raccolti sono utilizzati al fine di migliorare la conoscenza delle performance di sostenibilità della catena di fornitura, che rappresenta un elemento chiave di miglioramento, anche in ottica di resilienza dell'organizzazione, e di adattamento ai cambiamenti del mercato e alle nuove normative. Il questionario, ad oggi, viene sottoposto a tutti i fornitori di olio.

1.345 fornitori

di cui

Di cui 84% italiani

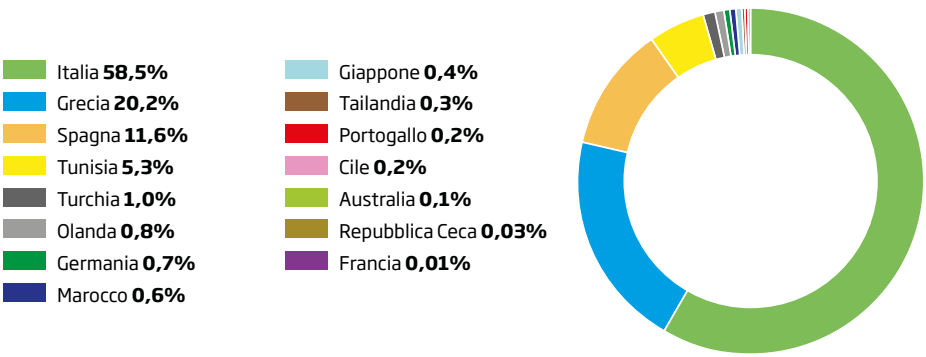
I fornitori di Olitalia possono essere sostanzialmente suddivisi in macrocategorie:

- materia prima e copacker
- imballaggi e materiali ausiliari alla produzione
- trasportatori
- fornitori di servizi accessori alla produzione (manutenzioni e impianti)
- fornitori di servizi generali

Materie prime

Nel 2023 i fornitori di olio (sia oliva che semi) rappresentano un valore monetario pari a circa 195 milioni di euro. Dei 147 fornitori di olio, 39 sono italiani e valgono il 58,5% della spesa di fornitura in materia prima. Rispetto al 2022 è diminuito il numero dei venditori utilizzati (-14%) e c'è stato un aumento dell'approvvigionamento dalla Grecia (+8%). La scarsità di materia prima, in termini quantitativi e qualitativi, che ha caratterizzato la Spagna nel raccolto 2022-23 ha orientato gli acquisti dell'azienda principalmente in Grecia. In quest'area è stato possibile reperire oli di qualità, soprattutto nelle zone più vocate come l'Isola di Creta e tutto il Peloponneso. La campagna 2022-23 in Grecia è risultata una delle più ricche degli ultimi anni.

AREA GEOGRAFICA	2023		2022	
	INCIDENZA SPESA ACQUISTO	NUMERO DI FORNITORI	INCIDENZA SPESA ACQUISTO	NUMERO DI FORNITORI
ITALIA	58,5%	39	66%	51
UE	33,6%	91	30%	107
EXTRA-UE	7,9%	17	4%	12
TOTALE	**100%**	**147**	**100%**	**170**

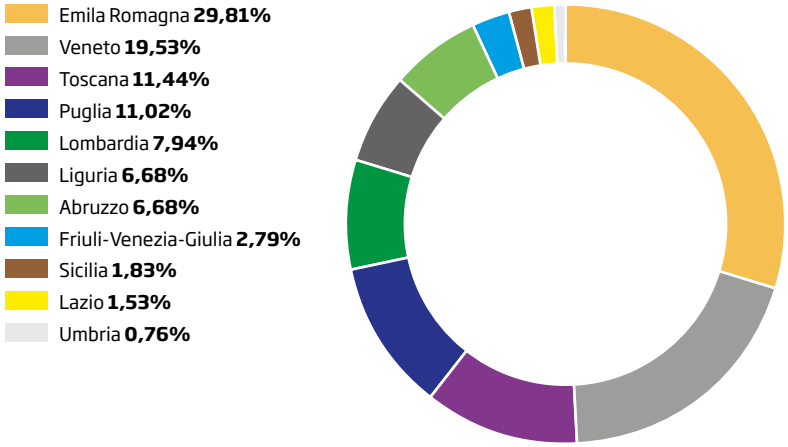


Per quanto riguarda il mercato italiano, il maggior numero di fornitori di olio di oliva è localizzato in Puglia e Toscana mentre la spesa di fornitura in olio di semi è distribuita principalmente in Emilia Romagna e Veneto.

Dettaglio fornitori materia prima per regione

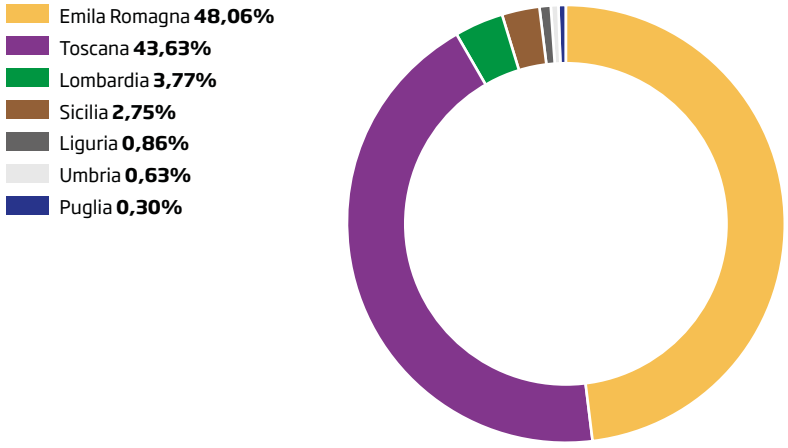
REGIONE	2023		2022	
	NUMERO FORNITORI	% N. FORNITORI	NUMERO FORNITORI	% N. FORNITORI
Abruzzo	1	6,68%	1	1,96%
Calabria	-	-	3	5,88%
Campania	-	-	4	7,84%
Emilia-Romagna	4	29,81%	4	7,84%
Friuli-Venezia Giulia	1	2,79%	1	1,96%
Lazio	4	1,53%	2	3,92%
Liguria	3	6,68%	3	5,88%
Lombardia	4	7,94%	4	7,84%
Piemonte	-	-	1	1,96%
Puglia	9	11,02%	13	25,49%
Sicilia	3	1,83%	3	5,88%
Toscana	5	11,44%	6	11,76%
Umbria	4	0,76%	3	5,88%
Veneto	1	19,53%	3	5,88%
TOTALE	**39**	**100,00%**	**51**	**100,00%**

Materia prima olio
fatturato in acquisto dettaglio Italia



Per le lavorazioni esterne Olitalia si affida quasi unicamente a copacker dell'Emilia Romagna (48%) e della Toscana (circa 44%).

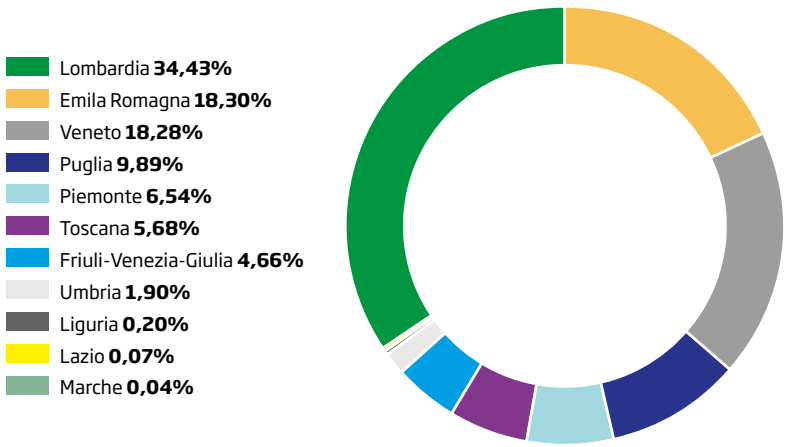
Copacker
fatturato in acquisto dettaglio Italia



Imballaggi e materiali ausiliari alla produzione

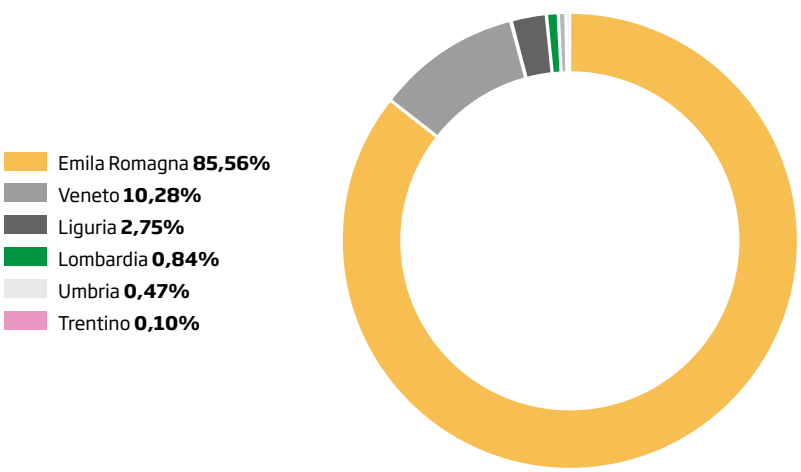
I principali tipi di imballi utilizzati da Olitalia sono composti da vetro, carta, legno, plastica e acciaio. La quasi totalità (96%) dei venditori di imballaggi sono italiani, principalmente provenienti dalla Lombardia (34%), dall'Emilia Romagna (18%) e dal Veneto (18%).

Imballaggi
Fatturato in acquisto dettaglio Italia



Anche i materiali ausiliari come colle, prodotti per la filtrazione e isokit provengono totalmente dall'Italia, per l'86% dall'Emilia Romagna con un aumento del 20% rispetto al 2022 (66%).

Materiale ausiliario alla produzione fatturato in acquisto Italia



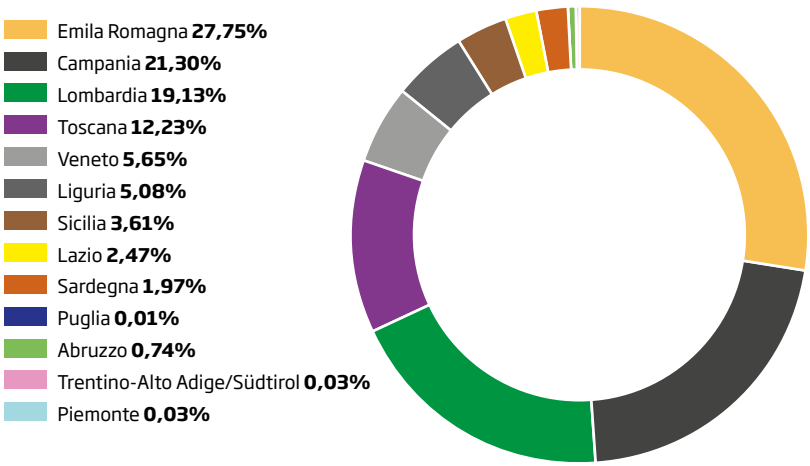
Logistica e Trasporti

La logistica e i trasporti sono due settori strettamente correlati che riguardano l'organizzazione, la gestione e l'esecuzione delle attività di movimentazione e stoccaggio delle merci, sia a livello locale che globale.

È l'insieme di processi e operazioni finalizzate alla gestione efficiente delle merci, dalla loro origine alla destinazione finale, al fine di soddisfare le esigenze dei clienti in modo tempestivo ed economicamente vantaggioso.

I fornitori sono per il 99,7% italiani, provenienti principalmente dall'Emilia Romagna, Campania e Lombardia. Rispetto al 2022 l'approvvigionamento dall'Emilia Romagna è aumentato del 10% mentre è diminuito dell'11% quello dalla Lombardia.

Logistica e trasporti fatturato in acquisto dettaglio italia



Manutenzione, ricambi e impianti

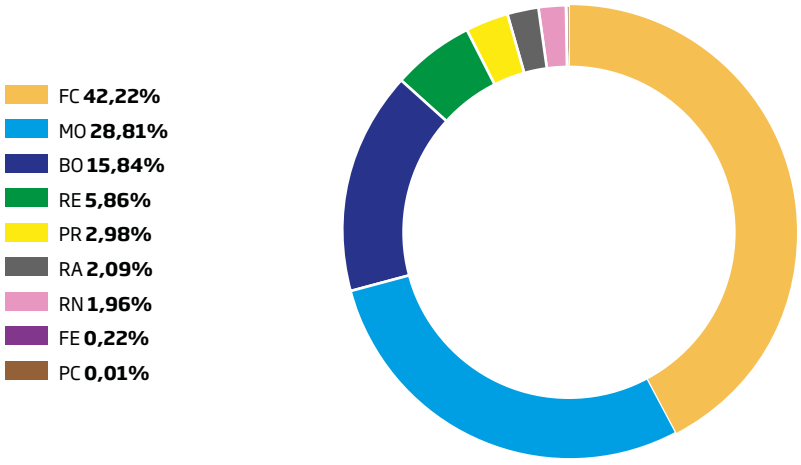
Su 83 fornitori di ricambi, impianti e manutenzione 82 sono italiani. Il 40% ha sede in Emilia Romagna e il 34% in Lombardia.

Paese	Incidenza %	Numero Fornitori	Incidenza %	Incidenza %	Numero Fornitori	Incidenza %
Germania	1%	1	1%	2%	1	1%
Italia	99%	82	99%	98%	80	99%
Totale	**100%**	**83**	**100%**	**100%**	**81**	**100%**

Servizi

La catena di approvvigionamento dei servizi generali conta 933 fornitori di cui 835 hanno sede in Italia e rappresentano il 90% della spesa di fornitura, in aumento di un punto percentuale rispetto al 2022. Il 57% della spesa rimane in Emilia Romagna (+4% rispetto al 2022), in particolare il 42% nella provincia in cui ha sede Olitalia (-5% rispetto al 2022).

Servizi generali
fatturato in acquisto dettaglio Emilia Romagna





4

Il valore economico

Il modello di controllo esercitato in Olitalia si avvale di una serie di strumenti, integrati nel modello di gestione aziendale, volti ad attuare un'azione di prevenzione e di mitigazione dei rischi di azioni contrastanti con i principi etici dell'azienda, le procedure e gli obblighi di conformità.

Olitalia ha sempre mantenuto ben salde le sue radici nel territorio di origine e considera fondamentale sostenere la prosperità dei territori in cui opera. Questo impegno si manifesta attraverso il mantenimento dei livelli occupazionali, la promozione di rapporti con le comunità locali e la creazione di valore condiviso.

L'azienda adotta una strategia di reinvestimento degli utili realizzati, destinando risorse per lo sviluppo e la crescita sostenibile, compatibilmente con i risultati economici. In questo modo, Olitalia mira a raggiungere obiettivi di sviluppo che non solo incrementano il valore aziendale, ma anche contribuiscono positivamente alle economie locali.

Tra le iniziative chiave dell'azienda per sostenere le comunità locali e il territorio, si includono:

Mantenimento dei Livelli Occupazionali: Olitalia si impegna a garantire posti di lavoro stabili, favorendo l'occupazione locale e contribuendo alla crescita economica del territorio.

Promozione dei Rapporti con le Comunità Locali: l'azienda promuove attivamente collaborazioni con enti locali, associazioni e altre organizzazioni, rafforzando il tessuto sociale e sostenendo iniziative che migliorano la qualità della vita nella comunità.

Creazione di Valore Condiviso: Olitalia investe in progetti che generano benefici per l'intera comunità, come il supporto a programmi educativi, culturali e ambientali, contribuendo al benessere collettivo.

Reinvestimento degli Utili: parte degli utili viene reinvestita in azienda per migliorare processi produttivi, innovare prodotti e sviluppare nuove tecnologie, assicurando una crescita sostenibile e duratura.

Sostenibilità: l'azienda adotta pratiche sostenibili in tutte le sue operazioni, riducendo l'impatto ambientale e promuovendo un uso responsabile delle risorse naturali.

Dalla classificazione del Valore Economico Generato, di seguito rappresentata, è possibile notare la distribuzione del valore creato per i diversi gruppi di portatori di interesse.

Valore economico generato e distribuito	2023	2022
Valore economico direttamente generato	**261.538.800 €**	**268.794.470 €**
Costi operativi	247.695.290 €	252.484.448 €
Remunerazione dipendenti	8.869.508 €	8.704.131 €
Remunerazione dei finanziatori	1.137.353 €	1.109.542 €
Remunerazione alla Pubblica Amministrazione	932.942 €	1.975.996 €
Liberalità esterne e sponsorizzazione	344.653 €	328.009 €
Valore economico distribuito	**258.979.747 €**	**264.602.126 €**
Valore economico trattenuto	**2.559.054 €**	**4.192.345 €**

Olitalia nel 2023 ha ridistribuito oltre il 99% del valore economico generato.

Questa distribuzione del valore economico generato dimostra l'approccio integrato di Olitalia verso la creazione di valore condiviso, assicurando che i benefici della sua attività siano equamente distribuiti tra tutti i suoi stakeholder.

L'impegno dell'azienda nel mantenere solide relazioni con i propri portatori di interesse è fondamentale per la sua crescita sostenibile e per il contributo positivo alla società.

Scenario economico

L'economia internazionale ha continuato a crescere nel 2023, ma con una decelerazione rispetto all'anno precedente e le più recenti previsioni della Commissione Europea mostrano un ulteriore rallentamento del PIL mondiale al +2,9% per il 2024. Le prospettive economiche internazionali restano caratterizzate da elevata incertezza e rischi al ribasso legati principalmente all'acuirsi e al diffondersi delle tensioni geo-politiche e a condizioni finanziarie meno favorevoli. Nel corso dell'anno 2023 si è registrata una moderazione generalizzata dell'inflazione a seguito dell'orientamento più restrittivo della politica monetaria e del calo delle quotazioni delle materie prime energetiche rispetto ai picchi del 2022. L'inflazione di fondo ha mostrato un percorso di rientro anche se graduale. A fronte di questo andamento ci si aspetta che la decisione delle principali banche centrali di tenere fermi i tassi sia il preludio di prossime diminuzioni.

Le maggiori economie, in base alla lettura degli ultimi dati disponibili, hanno registrato un dinamismo eterogeneo: a fronte di una forte accelerazione del Pil in Cina e negli Stati Uniti, la crescita dell'area euro è rimasta stagnante.

L'economa italiana nel 2023 ha vissuto, e sta vivendo ancora ora, una fase di stallo.

Nel corso del 2023 i prezzi al consumo hanno mostrato una crescita del 5,7% che in confronto al precedente anno (8,1%) rappresenta un notevole rallentamento. Questa diminuzione è principalmente attribuibile all'andamento dei prezzi dei beni energetici, che hanno registrato un modesto aumento dell'1,2%, rispetto al notevole incremento del 2022, +50,9%. Se vengono esclusi dalla base di calcolo le componenti volatili degli energetici e degli alimentari freschi, i prezzi al consumo sono cresciuti del 5,1% nel 2023, rispetto al 3,8% del 2022.

Il rapporto deficit-PIL, nel 2023, si è attestato al 7,2%, a fronte dell'8,6% del 2022. Il deficit pubblico, invece, è sceso al 137,3% del PIL dal 140,5% del 2022.

Settore agroalimentare

Nel 2023, secondo le proiezioni di Coldiretti basate sui dati Istat, il settore agroalimentare italiano ha raggiunto un traguardo storico, con un valore di export che ha toccato i 64 miliardi di euro con un incremento del 6% rispetto all'anno precedente.

L'Unione Europea rimane il principale mercato per i prodotti agroalimentari italiani, assorbendo circa due terzi delle esportazioni. Germania, Francia e Stati Uniti emergono come i partner commerciali più significativi, nonostante una leggera contrazione delle spedizioni verso gli USA nel 2023.

L'Italia si distingue come leader europeo nel settore biologico, vantando 80.000 operatori e la maggior quantità di specialità Dop/Igp/Stg riconosciute (325).

La campagna olearia 2023/24 ha registrato un miglioramento rispetto all'anno precedente pur rimanendo lontano dai livelli ottimali.

Gli agricoltori nazionali, producendo circa 324mila tonnellate, hanno fatto segnare un +34% rispetto all'anno precedente, ma il dato della produzione è molto lontano da quello delle produzioni considerate ottime, vale a dire quelle che stavano sopra alle 400mila tonnellate.

Il ribasso della produzione di questo ultimo biennio si è trasformato in un aumento del 44,7% delle importazioni dai Paesi terzi, con Cile, Siria, Turchia e Argentina a registrare aumenti vertiginosi di scambi rispetto al biennio 2022-2023.

Nonostante ciò:

cresce l'export di olio d'oliva italiano nel 2023 rispetto al 2022	**+12,48%**
per un valore complessivo di	**1.840 mln €**

Se gli olivicoltori italiani possono dirsi abbastanza soddisfatti, non altrettanto possono dire gli spagnoli, che in questa campagna hanno portato a casa solo circa 700mila tonnellate di olio, a fronte di una media quinquennale di 1,4 milioni di tonnellate.

Per quanto riguarda la situazione in Grecia, la campagna 2023/24 ha registrato qualità e rese molto inferiori rispetto allo standard e la produzione totale è di circa 110.000-120.000 tonnellate.

Le ultime stime fornite da autorità governative della Tunisia parlano di una produzione di 200.000-220.000 tonnellate di olio d'oliva.

Il settore ha subito numerose vicissitudini legate al forte aumento dei prezzi e alla conseguente caduta del consumo interno, il Governo tunisino ha adottato misure per consentire acquisti a prezzi accessibili alla popolazione.

In Turchia, dopo la campagna record 2022/23, è stata registrata una diminuzione della produzione. Secondo l'IOC (International Olive Council) la produzione è di circa 179.000 tonnellate di olio d'oliva e 442.000 tonnellate di olive da tavola.

A completare il quadro c'è il dato sulle scorte. Nei magazzini europei ci sarebbero appena 400.000 tonnellate, diminuite nel corso degli ultimi anni per far fronte alla mancanza di prodotto proveniente dalle campagne.

Se la produzione in Spagna dovesse tornare quest'anno alle medie storiche è prevedibile un abbassamento dei prezzi della materia prima olio, che tuttavia rimarranno comunque abbastanza sostenuti a causa della domanda stabile e delle scorte scarse.

Posizionamento di Olitalia

Il 2023 è stato per Olitalia un ulteriore anno di crescita.

I volumi venduti sono stati circa 93 milioni di litri; +2% sul 2022 che a sua volta aveva registrato un +5% sull'anno precedente.

Olitalia si conferma leader nel canale Food Service. Ottime anche le vendite nel canale Retail che rappresenta il vero e proprio terreno di sfida in cui Olitalia sta acquisendo quote e una crescente notorietà.

I litri venduti alla grande distribuzione italiana hanno superato i 38 milioni facendo registrare un +16,9% rispetto al 2022.

I dati 2023 dell'export sono positivi: sono stati venduti quasi 19 milioni di litri a cui corrisponde un fatturato di oltre 94 milioni di euro. Anche i dati della marginalità euro/litro sono positivi e registrano incrementi del 16% nel canale Food Service e del 10% nel Retail.

Le importanti campagne pubblicitarie realizzate in Italia negli ultimi 3 anni stanno portando i risultati sperati e hanno contribuito a rafforzare il marchio Olitalia e ad aumentarne la distribuzione. Le vendite di prodotto a marchio Olitalia, nel 2023, sono cresciute del 27% a volume ed hanno permesso di realizzare un fatturato di 58 milioni di euro sul mercato nazionale.

QUASI OLIVA SPECIOSA IN CAMPIS

OLITALIA

PROFESSIONAL

CondiCHEF

Una rivoluzione in cucina

È perfetto in cottura, sia a basse che ad alte temperature.
Ideale anche a crudo, grazie al suo gusto.



Sistema di controllo certificato da FoodChainID per i requisiti:
- **QUALITÀ DELLA MATERIA PRIMA**
- **RICETTA GARANTITA E TRACCIATA**

(cert. N° CSM 002)

CONTROL SYSTEM MANAGEMENT

È un condimento a base di oli vegetali aromatizzati, composto da olio extra vergine di oliva (51%), olio di semi di girasole alto oleico (48,998%) e aromi naturali (0,002%).

Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo 231

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG) 231 e il **Codice Etico Aziendale** sono strumenti fondamentali per assicurare che le attività di un'azienda come Olitalia siano condotte in modo etico, responsabile e conforme alle normative vigenti.

L'introduzione di un sistema di controllo dell'agire imprenditoriale, unitamente alla fissazione e divulgazione di principi etici, ha diversi benefici significativi per Olitalia. Innanzitutto, questo approccio migliora i già elevati standard di comportamento adottati dall'azienda, aumentando ulteriormente la fiducia e la reputazione di cui gode nei confronti dei soggetti terzi. In secondo luogo, regolando comportamenti e decisioni, queste misure forniscono una guida chiara e coerente a coloro che quotidianamente sono chiamati a operare in favore della società. In tal modo, non solo si garantisce il rispetto degli standard etici e legali, ma si promuove anche una cultura aziendale basata su integrità, trasparenza e responsabilità. Questo sistema, pertanto, non solo rafforza la fiducia di clienti, fornitori e altri stakeholder, ma contribuisce anche a creare un ambiente di lavoro in cui i dipendenti si sentono responsabilizzati e supportati nel prendere decisioni etiche e informate.

Di conseguenza, l'azienda può beneficiare di una maggiore coesione interna e di una reputazione esterna più solida, elementi essenziali per il successo e la sostenibilità a lungo termine.



Sede Olitalia di Forlì

Politica anticorruzione

Olitalia mantiene una posizione di assoluta intransigenza nei confronti di qualsiasi forma di corruzione, applicando rigorosamente questa politica anche nei confronti del personale di imprese private. L'azienda è pienamente impegnata a garantire che tutte le azioni e i comportamenti siano basati esclusivamente su criteri di trasparenza, correttezza e integrità morale, impedendo così qualsiasi tentativo di corruzione.

In particolare, l'impegno di Olitalia contro la corruzione si traduce in un divieto assoluto per il personale, i partner e chiunque effettui attività per conto della società di richiedere, promettere, offrire oppure ricevere omaggi, regalie o benefici, sia potenziali che effettivi, da parte di, o a soggetti esterni alla società. Questi soggetti possono essere pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio, rappresentanti di governo, pubblici dipendenti o privati cittadini, sia italiani che di altri Paesi. Qualsiasi forma di beneficio che possa determinare una condotta illecita, o che possa essere interpretata da un osservatore imparziale come finalizzata al conseguimento di un vantaggio rilevante, anche non economico, è strettamente proibita.

Questa politica è intesa a garantire che tutte le operazioni aziendali siano svolte in maniera etica e conforme alle normative, senza ricorrere a pratiche corruttive per facilitare o garantire il conseguimento di prestazioni dovute nell'ambito delle attività d'impresa. In questo modo, Olitalia non solo protegge la propria reputazione, ma contribuisce anche a creare un ambiente di lavoro e un mercato più equi e trasparenti.

La comunicazione e la formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione sono elementi essenziali per promuovere un ambiente aziendale etico e conforme alle normative. La combinazione di una comunicazione chiara e accessibile e di una formazione continua e mirata è fondamentale per creare una cultura aziendale che valorizza l'integrità e la trasparenza.

Sono stati tre gli organi di Governance formati sulle politiche e le procedure anticorruzione, per un totale di 20 persone.

Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità risultanti dal cambiamento climatico

Le inondazioni che hanno colpito Forlì e altre aree circostanti hanno avuto un impatto significativo sulle attività lavorative di molte aziende dell'area, mettendo in evidenza le conseguenze del cambiamento climatico. Questi eventi estremi sono sempre più frequenti e intensi, influenzando vari settori e richiedendo una risposta coordinata per mitigare i danni e ripristinare la normalità.

La struttura dell'azienda non è stata colpita rilevantemente dall'alluvione del 2023 ma dal punto di vista gestionale ha assistito ad uno slittamento temporale delle attività, soprattutto per quanto riguarda la logistica. Le inondazioni che hanno colpito la città rappresentano un chiaro esempio delle sfide poste dal cambiamento climatico. Affrontare queste sfide richiede un impegno collettivo e strategie proattive per garantire la sicurezza e la sostenibilità a lungo termine delle attività lavorative e delle comunità.



5 Le persone

Olitalia promuove il rispetto dell'integrità fisica e culturale della persona e della dimensione di relazione con gli altri. Garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri.

Politiche di gestione delle risorse umane

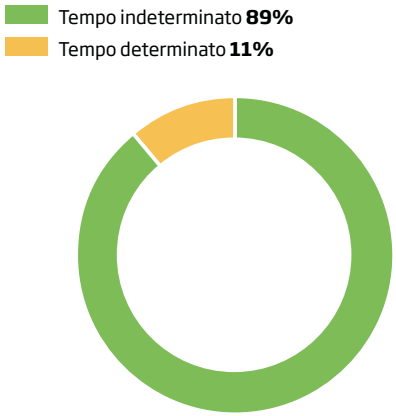
Olitalia crede che la valorizzazione delle persone che ne fanno parte sia un elemento imprescindibile del proprio successo.

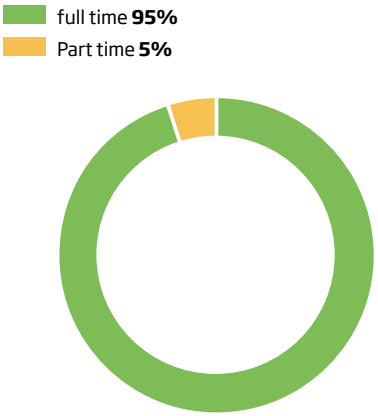
L'impegno verso il benessere e lo sviluppo dei dipendenti è la chiave per una crescita sostenibile e duratura.

Le politiche di gestione delle risorse umane sono progettate per attrarre e trattenere i migliori talenti, motivare i dipendenti e contribuire alla loro realizzazione professionale e personale. L'azienda offre percorsi formativi per l'aggiornamento continuo delle competenze, piani di carriera personalizzati e programmi di coaching dedicati che sviluppano il potenziale individuale e incoraggiano il lavoro di squadra. Le politiche retributive premiano le performance, riconoscendo e valorizzando l'impegno e il contributo dei dipendenti.

Olitalia promuove una cultura aziendale che coinvolge attivamente i dipendenti, favorendo un ambiente in cui ciascuno si sente stimolato a proporre idee innovative per raggiungere gli obiettivi aziendali.

L'azienda impiega prevalentemente personale a tempo indeterminato, garantendo stabilità e maggiori opportunità di crescita professionale. Inoltre, cerca di rispondere positivamente alle richieste di lavoro part-time, facilitando un equilibrio tra vita privata e lavoro.





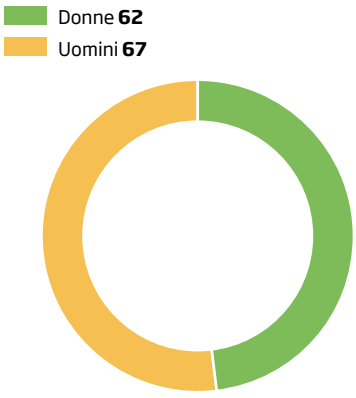
Tipo di contratto dipendenti	2023				2022		
	Totale	Donne	Uomini	%	Totale	Donne	Uomini
Tempo determinato	**5**	4	1	4%	**8**	4	4
Tempo indeterminato	**115**	55	60	89%	**112**	52	60
Apprendistato	**9**	3	6	7%	**60**	60	60
Somministrati	**0**	0	0	0%	**0**	0	0
TOT.	**129**	**62**	**67**	**100%**	**127**	**60**	**67**

Modalità di lavoro dipendenti	2023			2022		
	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini
Part-time	**6**	6	0	**4**	4	0
Tempo pieno	**123**	56	67	**123**	56	67
TOT.	**129**	**62**	**67**	**127**	**60**	**67**

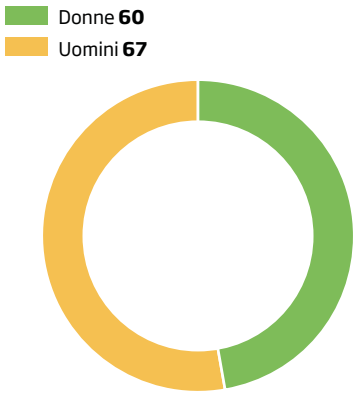
L'organico

Al 31.12.2023 in azienda erano presenti 137 collaboratori, di cui 129 dipendenti e 8 tirocinanti. L'equilibrio di genere in azienda è pressochè raggiunto: le donne sono infatti il 48% del totale (in aumento di due unità rispetto al 2022) dei dipendenti e rappresentano il 63% dell'organico del settore impiegatizio.

Dipendenti per genere



2023 dipendenti totali 129



2022 dipendenti totali 127

Figura professionale e genere dipendenti	2023			2022		
	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini
Dirigenti	**8**	0	8	**6**	0	6
Quadri	**8**	2	6	**8**	2	6
Impiegati	**71**	52	19	**70**	48	22
Operai	**42**	8	34	**43**	10	33
TOT.	**129**	**62**	**67**	**127**	**60**	**67**

L'impegno verso l'inclusione e le pari opportunità è riflesso in ogni aspetto della gestione aziendale, rendendo Olitalia un luogo di lavoro dove la diversità è rispettata e il potenziale individuale è coltivato e premiato.

L'azienda abbraccia pienamente e si impegna a rispettare le quattro norme fondamentali del lavoro dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), come stabilite nella Dichiarazione sui Principi e Diritti Fondamentali sul Lavoro:

- libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
- eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato o obbligatorio
- effettiva abolizione del lavoro minorile
- eliminazione di tutte le forme di discriminazione in materia di impiego e occupazione

Olitalia promuove attivamente un ambiente di lavoro che favorisce il bilanciamento tra vita privata e lavorativa, riconoscendo l'importanza di un equilibrio sano per il benessere complessivo dei dipendenti. Le politiche tutelano e rispettano le diversità culturali, religiose, etniche, di opinione, di età, di genere e di abilità, creando un contesto in cui tutti possono sentirsi valorizzati. Una forza lavoro diversificata e inclusiva è fondamentale per l'innovazione e il successo aziendale.

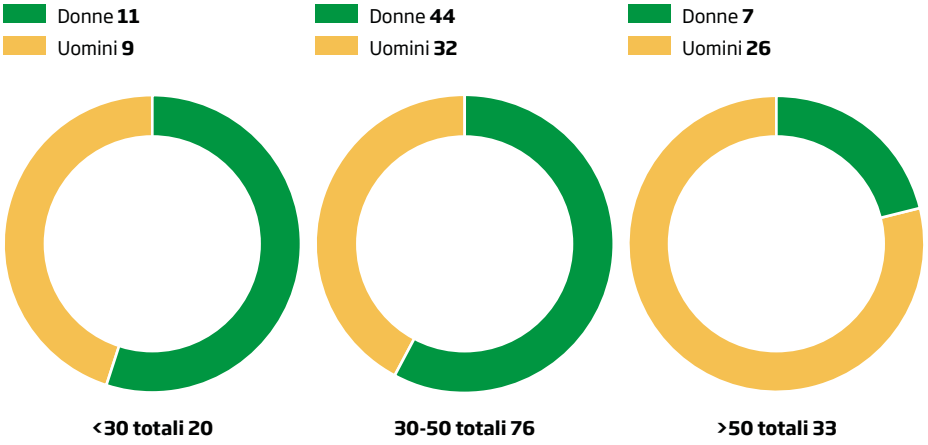
Pertanto, si impegna a creare opportunità di sviluppo e crescita per tutti i dipendenti, incoraggiando una cultura di collaborazione e rispetto reciproco. In Olitalia ogni voce è ascoltata e ogni talento ha la possibilità di emergere e contribuire al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Tutto il personale viene assunto con regolare contratto di lavoro, applicando il CCNL dell'industria alimentare. Le decisioni prese nell'ambito della gestione e dello sviluppo delle risorse umane sono basate su considerazioni di merito e corrispondenza tra profili attesi e posseduti dai collaboratori. Lo stesso vale per l'avanzamento di carriera o il passaggio a ruoli differenti.

Il senso di appartenenza è fortemente marcato come dimostra l'indicatore dell'anzianità media aziendale che si attesta oltre i 12 anni, con il 26% dei dipendenti in organico da oltre 20 anni (dai 20 ai 39 anni).

L'età media della popolazione aziendale è di 43 anni, con il 74% dei dipendenti che non supera i 50 anni.

Genere e fasce d'età dipendenti



Turnover

Nel periodo di rendicontazione sia il turnover in uscita che quello in entrata si attesta al 10%: nel 2023 sono state infatti assunte 13 persone e altrettante hanno cessato la propria attività in azienda. Tutti i dipendenti cessati erano di nazionalità italiana mentre gli assunti sono tutti italiani tranne una persona di origine moldava.

Assunzioni e turnover dei dipendenti	2023			2022		
	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini
Cessazioni	**13**	**5**	**8**	**15**	**2**	**13**
< 30	6	3	3	7	1	6
30-50	5	1	4	5	1	4
> 50	2	1	1	3	0	3
Neo assunti	**13**	**6**	**7**	**17**	**4**	**13**
< 30	10	5	5	13	3	10
30-50	2	1	1	3	1	2
> 50	1	0	1	1	0	1



Reception Olitalia Ufficio di Forlì



Ufficio commerciale Italia

Formazione

Olitalia identifica nella formazione dei propri dipendenti e collaboratori lo strumento chiave per sostenere la propria crescita e preservare la qualità del servizio offerto ai propri clienti. Il piano di formazione proposto dall'azienda permette di sostenere lo sviluppo e la crescita professionale di tutti i lavoratori, tramite l'apprendimento continuo e mirato, una gestione dinamica di conoscenze e competenze e la valorizzazione delle attitudini professionali dei singoli.

Nel 2023, oltre alla formazione obbligatoria e a quella riservata agli apprendisti (che complessivamente è stata di 1.316,5 ore) sono state erogate 4.547 ore di formazione, per una media di circa 35 ore per dipendente (nel 2022 erano state 1.243 ore totali, per una media di 10 ore per dipendente).

I progetti formativi realizzati nel 2023, sono stati finalizzati al rafforzamento delle competenze digitali, all'assessment e alla mappatura dei rischi informatici, alla sostenibilità, sono stati svolti programmi di aggiornamento professionali in materia di IVA, strumenti di pagamento e garanzia dei crediti esteri, origine preferenziale delle merci, normativa del lavoro, corsi di assaggio sull'olio extra vergine e sui prodotti da frittura.

Il personale di produzione è stato aggiornato sul funzionamento delle linee produttive, sull'HACCP e sul controllo della qualità, sui contenuti dell'ISO 45001, Food Defence, analisi reclami e certificazioni di prodotto.

Sono stati realizzati percorsi di caoaching individuali per lo sviluppo di competenze organizzative e relazionali volti a rinforzare lo sviluppo manageriale di un gruppo di primi riporti ed avviato un laboratorio di "intelligenza collettiva" guidato da un coach, per sostenere la diffusione di modalità di confronto intra-funzionali che consentano lo sviluppo di dinamiche utili a far evolvere la cultura dell'organizzazione.



Interni Ufficio di Forlì

Welfare

La cura delle persone è al centro della filosofia aziendale.

Comprendendo l'importanza di un equilibrio tra vita lavorativa e privata, Olitalia è impegnata a offrire soluzioni che permettono ai dipendenti di gestire al meglio le loro responsabilità personali e professionali. Compatibilmente con la mansione svolta, l'azienda concede la flessibilità oraria, consentendo ai dipendenti di entrare dalle 07,30 alle 09,00 e di decidere la durata della pausa pranzo che può essere di un tempo variabile da 30 minuti a 2 ore.

In via preferenziale, i genitori che hanno figli che frequentano le scuole materne, compatibilmente con la mansione svolta, hanno la possibilità di chiedere un part time di 6 ore, lavorandole continuativamente. Per i genitori di figli di età fino a 14 anni, sempre compatibilmente con la mansione svolta, si valuta la possibilità di integrare l'orario lavorativo realizzato in azienda con il telelavoro o di concedere un giorno di smart working a settimana.

Le politiche di flessibilità lavorativa sono progettate per rispondere alle esigenze individuali, garantendo al contempo che il lavoro continui ad essere eseguito in modo efficiente e produttivo. Questa flessibilità non solo supporta i dipendenti nei momenti cruciali della loro vita, ma contribuisce anche a creare un ambiente di lavoro più sereno e produttivo. Olitalia crede che dipendenti soddisfatti e supportati siano fondamentali per il successo dell'azienda e per il raggiungimento degli obiettivi comuni.

Nel 2023, hanno usufruito del congedo parentale 9 dipendenti, di cui 5 donne e 4 uomini. Il tasso di rientro dal congedo è stato dell'88%, poiché un dipendente, assunto da 15 giorni, dopo il congedo ha deciso di cessare il rapporto di lavoro. Il tasso di retention della società, calcolato come il numero dei dipendenti che hanno usufruito del congedo sono ancora in forza 12 mesi dopo, si attesta al 100%.

Congedo parentale	Totale	Donne	Uomini
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale nel periodo di rendicontazione	9	6	3
Dipendenti tornati al lavoro nel periodo di rendicontazione, a congedo terminato	7	5	2
Dipendenti che sarebbero dovuti tornare a lavoro nel periodo di rendicontazione, a congedo terminato	8	5	3
Dipendenti ancora alle dipendenze dell'organizzazione 12 mesi dopo essere rientrati al lavoro, a congedo terminato*	5	4	1
Numero totale di dipendenti ritornati da un congedo parentale*	5	4	1

Nel 2023 sono state rinnovate numerose convenzioni con attività del territorio che consentono ai dipendenti di acquistare i beni e i servizi degli esercizi aderenti a prezzi agevolati.

È inoltre possibile farsi recapitare al lavoro pacchi acquistati on line per facilitare ai dipendenti il loro ritiro.

All'interno dell'azienda sono presenti distributori di acqua fruibili gratuitamente e a tutto il personale è stata regalata una borraccia con cui potervisi approvvigionare, con la finalità di eliminare l'utilizzo della plastica monouso nell'ambito del progetto Plastic No More.

Nel corso del 2023 si è deciso di sostenere i dipendenti le cui abitazioni sono state alluvionate, ospitandoli con le loro famiglie in albergo fino a quando, per loro, non è stato possibile rientrare a casa propria.

Le giornate di assenza lavorativa, concesse ai dipendenti alluvionati per ripristinare le proprie abitazioni, sono state inoltre retribuite pienamente dall'azienda, consentendo loro di percepire la retribuzione piena, senza intaccare il loro saldo di ferie o permessi.

In aggiunta, ai dipendenti che nell'alluvione hanno perso l'auto è stato concesso per tre mesi l'utilizzo gratuito di auto aziendali.

Merita attenzione il fatto che, animati da un forte senso di solidarietà, gruppi di colleghi si siano organizzati per supportare i compagni di lavoro rimasti coinvolti dall'alluvione utilizzando pompe sommerse, compressori e altre attrezzature e materiali messi a disposizione dall'azienda per la pulizia degli ambienti alluvionati.

Valutazione delle performance

Tutti i dipendenti vengono incontrati due volte all'anno: la prima volta per l'assegnazione degli obiettivi, la seconda, calendarizzata a metà anno per monitorare l'andamento dei risultati rispetto agli obiettivi assegnati. Sulla base dei colloqui viene anche impostato il piano formativo personale.

In base alla percentuale di raggiungimento degli obiettivi viene quindi assegnato un premio aziendale.

Salute e sicurezza sul lavoro

La salvaguardia della salute e della sicurezza sul lavoro è un aspetto fondamentale per la protezione dei dipendenti. L'azienda promuove la cultura della sicurezza attraverso diverse iniziative volte a sviluppare la consapevolezza dei rischi presenti nell'ambiente di lavoro e a incoraggiare comportamenti responsabili. Questi sforzi includono la formazione continua, l'implementazione di protocolli di sicurezza aggiornati e il monitoraggio costante delle condizioni lavorative per prevenire incidenti e infortuni.

Olitalia ha implementato e si impegna nel mantenimento di un sistema di gestione per la sicurezza (SGSSL) ai sensi della norma **UNI EN ISO 45001:2018** "Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro – Requisiti e guida per l'uso" per tutte le mansioni e i luoghi di lavoro, ottenendo la certificazione nel 2023

Gli obblighi di legge in base al Dlgsl 81/08 erano già rispettati ma il SGSSL permette di monitorare il miglioramento continuo dell'azienda, attraverso la redazione di un piano di attività costantemente aggiornato e ridiscusso annualmente durante il riesame della direzione e la riunione periodica della sicurezza.

L'adozione del SGSSL ai sensi della ISO 45001, oltre al soddisfacimento dei requisiti legali, permette all'azienda di migliorare le prestazioni di sicurezza attraverso l'analisi approfondita dei processi interni con lo scopo di:

Ridurre gli infortuni e le malattie professionali e i costi diretti ed indiretti correlati
Coinvolgere e sensibilizzare l'intera organizzazione alla salute e sicurezza sul lavoro, creando una nuova cultura aziendale che permetta di rendere efficaci le misure di prevenzione
Creare una partecipazione attiva e propositiva dei lavoratori e degli altri stakeholders
Migliorare la gestione delle ditte esterne e dei fornitori
Monitorare costantemente le condizioni di lavoro e le prestazioni del sistema di gestione della sicurezza, apportando miglioramenti continui per ridurre i rischi e prevenire incidenti

I rischi vengono costantemente valutati e monitorati attraverso la redazione del DVR e delle relative valutazioni di rischio specifiche. Sulla base degli esiti delle valutazioni è attuato un piano di miglioramento che viene controllato e ridiscusso annualmente in occasione della riunione periodica della sicurezza.

Olitalia vanta un servizio di prevenzione e protezione strutturato con personale altamente specializzato e con esperienza pluriennale all'interno dell'azienda e negli ultimi anni è stato aumentato il numero degli addetti incaricati alla gestione emergenze.

Sulla base delle valutazioni dei rischi viene inoltre stilato il protocollo sanitario a cui il personale, deve sottoporsi periodicamente. Le visite sono gestite a scadenzario e coinvolgono anche il nuovo personale assunto, gli stagisti e personale che cambia mansione. Olitalia garantisce la riservatezza degli esiti delle visite e delle eventuali prescrizioni che sono condivise esclusivamente all'interno del Servizio di Prevenzione e Protezione per l'adozione di misure a tutela della salute del lavoratore.

Formazione salute e sicurezza sul lavoro e coinvolgimento del personale

Tutti i lavoratori vengono continuamente aggiornati e formati sulle nuove procedure e normative cogenti della sicurezza sul lavoro tramite incontri ad hoc e comunicazioni in bacheca, per creare un coinvolgimento completo del personale.

Tutti i lavoratori possono effettuare segnalazioni di incidenti, mancati infortuni e situazioni di pericolo con apposita modulistica per la raccolta dei near miss. Le azioni correttive e preventive sono esposte in bacheca e condivise durante appositi incontri con il personale e la direzione. Già dal 2017 Olitalia si è attivata per raccogliere e analizzare i "near miss", che vengono prontamente gestiti attraverso un Action Plan e valutati annualmente in occasione della riunione periodica a fini statistici e per redigere il piano di miglioramento.

Nel 2023 sono state svolte 868 ore di formazione (404 nel 2022) legate alla salute e sicurezza di cui 330 non obbligatorie, per una media di 7 ore per dipendente.

Tipologia di corso	Persone coinvolte	Ore per persona	Ore totali
Rischi generali	4	4	16
Rischi specifici alto rischio	3	12	36
Rischi specifici alto e basso rischio -aggiornamento	44	6	264
Antincendio formazione base	2	8	16
Primo soccorso base	3	12	36
Uso defibrillatore (BLS-D) base	3	5	15
Uso defibrillatore (BLS-D) aggiornamento	5	3	15
Dirigenti aggiornamento	2	6	12
Preposti base	1	8	8
Preposti aggiornamento	6	6	36
RLS aggiornamento	1	8	8
RSPP aggiornamento modulo B	1	40	40
Uso carrelli elevatori base	1	12	12
Uso carrelli elevatori aggiornamento	5	4	20
Rischio elettrico PES-PAV aggiornamento	1	4	4
Totale formazione obbligatoria			**538**
FORMAZIONE INTEGRATIVA INTERNA			**330**

Infortuni sul lavoro

Nel 2023 si sono verificati 2 incidenti, un inciampo e un infortunio in itinere, per un totale di 124 giorni.

Nel 2022 si era verificato un solo infortunio.

	2023	2022	
Indice di incidenza	1,6	0,8	calcolato sul numero totale medio di addetti
Indice di frequenza	9,2	4,6	calcolato sul numero di ore totali lavorate
Indice di gravità	0,57	0,15	calcolando giorni di infortunio su ore lavorate

Attualmente non sono state riscontrate malattie professionali.

Attenzione alla comunità

La sostenibilità per Olitalia abbraccia anche l'aspetto delle relazioni con la comunità locale. L'obiettivo è l'adozione di comportamenti sostenibili a tutti i livelli, nei confronti delle realtà con cui l'azienda si relaziona.

Olitalia contribuisce attivamente alla crescita della comunità locale attraverso partecipazioni, donazioni e sponsorizzazioni allo sviluppo e al miglioramento delle condizioni locali: in particolare si è impegnata concretamente con donazioni ad associazioni sportive, legate alla crescita educativa di bambini e ragazzi e ad eventi di sensibilizzazione.

Nel 2023 Olitalia ha supportato diverse iniziative, tra cui le principali sono le seguenti:

IOR

L'Istituto Oncologico Romagnolo è una cooperativa nata per dotare il territorio della Romagna di un sistema di controllo del cancro, in accordo con i più elevati standard diagnostici, terapeutici, assistenziali e di ricerca esistenti nei Paesi più avanzati nella lotta contro i tumori.

Progetti del cuore

Progetti del cuore è un servizio, presente nella città di Forlì, che mette a disposizione della comunità dei mezzi di trasporto completamente attrezzati per tutti i servizi di pubblica utilità.

Diabete Marathons

Diabetes Marathon è il più grande evento sul diabete in Italia per ricchezza di programma e partecipazione nato per sensibilizzare la popolazione sulle diverse forme di diabete e per sostenere le persone che ci convivono nel loro percorso di vita in compagnia di questa malattia.

Basket giovanile Ravenna

Promuove, grazie alla propria affiliazione al CSI, lo sport come momento di educazione, di crescita, di impegno e di aggregazione sociale, ispirandosi alla visione cristiana dell'uomo e della storia nel servizio alle persone e al territorio.

Pallavolo Faenza

Società sportiva di pallavolo maschile e femminile con oltre 300 atleti, propone percorsi adatti a tutti i bambini e ragazzi, diversificando l'attività sportiva in agonistica e amatoriale. Ha attivato, in collaborazione con gli istituti scolastici della città, percorsi per promuovere i valori dello sport con connotazioni educative, aggregative, ricreative, e seminari di educazione alimentare.

La Fratellanza Modena 1874

Associazione dilettantistica riconosciuta, facente parte della Federazione Italiana di Atletica Leggera (Fidal). Rappresenta una delle più importanti realtà dell'atletica leggera italiana, formando ogni anno grandi talenti che raggiungono importanti risultati non solo a livello nazionale ma internazionale.

Caritas

La Caritas Diocesana è l'organismo pastorale istituito dal Vescovo al fine di promuovere la testimonianza della carità della comunità ecclesiale diocesana e delle comunità minori.

La Balena A.S.D

Associazione affiliata all'AICS che promuove attività ludico motorie di avviamento a tutti gli sport di squadra per bambini da 4 a 12 anni.



6 Attenzione all'ambiente

Olitalia salvaguarda e tutela l'ambiente, nel rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile. A tale fine programma le proprie attività cercando un continuo equilibrio tra iniziative economiche ed esigenze sociali ed ambientali.

Impegno Costante verso la Sostenibilità

L'impegno di Olitalia per la sostenibilità è un esempio di come le aziende possano contribuire alla salvaguardia dell'ambiente adottando un **approccio integrato** che combini **qualità e responsabilità ecologica**.

L'azienda ha fatto della qualità e della sostenibilità i pilastri della propria attività. Ogni giorno si impegna a **ridurre l'impatto ambientale** del proprio stabilimento attraverso varie iniziative ecologiche. Questo impegno è particolarmente significativo poiché i prodotti Olitalia sono parte integrante della vita quotidiana di milioni di persone nel mondo. La **tutela dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile** sono principi cardine inseriti anche all'interno del **Codice Etico** dell'azienda.

Tutti i progetti, presenti e futuri, fanno parte di un piano ancora più ampio per ridurre progressivamente l'impatto ambientale:

Produzione e acquisto di energia rinnovabile con installazione di pannelli solari e utilizzo di fonti di energia alternative per ridurre le emissioni di CO_2

Gestione Sostenibile delle Risorse, ottimizzando l'uso delle risorse idriche e riduzione degli sprechi

Iniziative volte a ridurre la produzione di rifiuti e a promuovere il riciclo all'interno dell'azienda

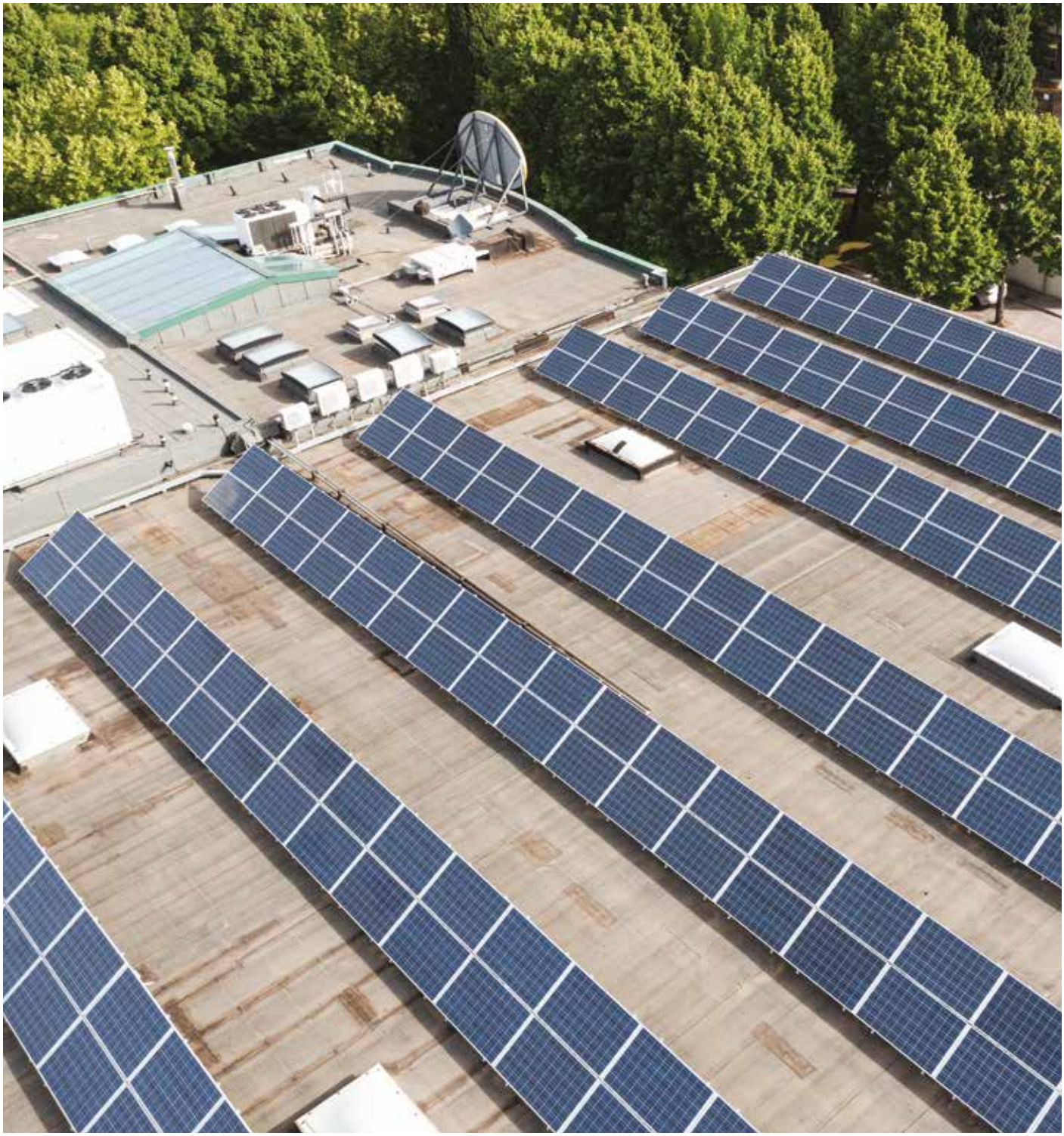
Gestione dell'energia

Il processo di efficientamento energetico e di riduzione dell'impatto ambientale della società ha avuto un notevole impulso dal 2018, con la messa in atto di alcune iniziative come **l'acquisto di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili**, comprovata da un certificato di "Garanzia d'Origine" e la sostituzione delle lampade dello stabilimento produttivo, dei magazzini e degli uffici con un **sistema a LED**.

Sono stati, inoltre, installati due **impianti fotovoltaici**, che forniscono complessivamente una potenza pari a **377,85 kW**. Dal punto di vista ambientale, ogni kWh prodotto con fonte fotovoltaica evita di bruciare 0,25 kg di petrolio, evitando l'emissione in atmosfera di 0,3-0,7 kg di CO_2.

A partire dal 2019 viene **recuperato il calore dei macchinari**, limitando così il consumo di gas, per consentire il riscaldamento invernale dello stabilimento. L'azienda si è anche dotata nel 2021 di raffreddatori evaporativi che consentono una climatizzazione con consumi energetici molto contenuti.

Tutti gli impianti dello stabilimento produttivo sono dotati di **software e sistemi ad alta efficienza energetica** (sistemi "start and stop", motori a velocità variabile, inverter) ed è stata adottata la metodologia "Lean Manufacturing", che consente di ottimizzare i processi produttivi e il sistema TPM (Total Productive Maintenance) come da progetto portato avanti in collaborazione con Toyota Academy.



Impianto fotovoltaico Olitalia

Consumi



100%

Energia elettrica rinnovabile

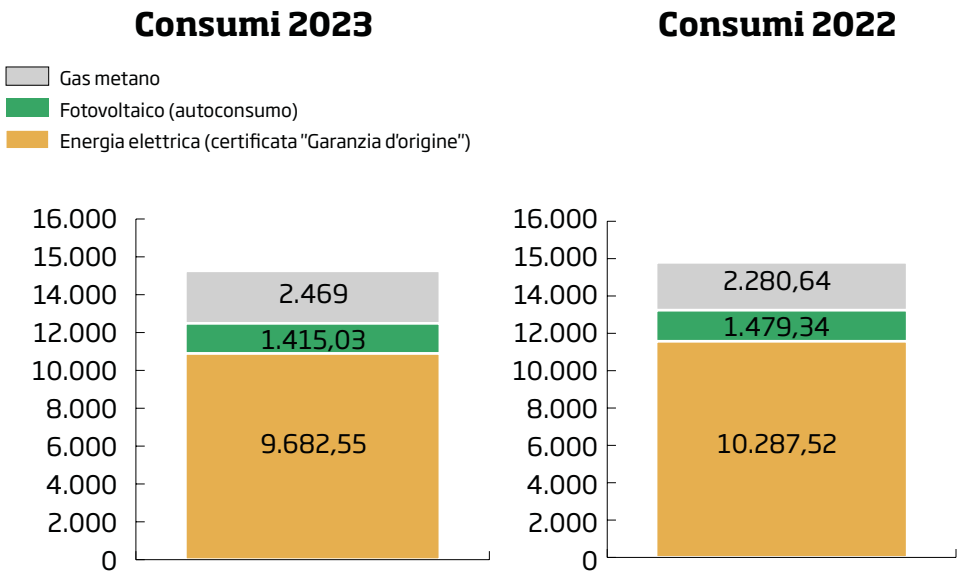
La società da diversi anni dispone di un impianto fotovoltaico che permette un importante risparmio sia in termini economici che di impatto ambientale, essendo una fonte energetica di tipo rinnovabile.

Olitalia ha acquistato e consumato 685.920 kWh di gas metano con il fine di riscaldare le strutture.

Nel 2023 la società ha utilizzato il **100% di energia elettrica rinnovabile**, suddivisa tra quella acquistata e autoprodotta.

Fonte di energia	kWh 2023	kWh 2022
Fonti rinnovabili		
Energia elettrica (certificata "Garanzia d'Origine")	2.689.596,65	2.857.644,37
Fotovoltaico (autoconsumo)	393.065,25	410.928,75
Fonti non rinnovabili		
Gas metano	**685.920**	**633.512,26**
Totale fonti rinnovabili	**3.082.661,90**	**3.268.573,12**
Totale fonti non rinnovabili	**685.920**	**633.512,26**
Consumo totale di energia	**3.768.581,90**	**3.902.085,38**

(Fonte dati: letture contatori e bollette)



Rispetto al 2022, nel 2023 i consumi complessivi sono calati del 3% circa. Questa riduzione è dovuta a una diminuzione del fabbisogno di energia elettrica, compensata da un leggero aumento del consumo di gas metano per il riscaldamento. Le fonti rinnovabili continuano a rappresentare la maggior parte dell'approvvigionamento energetico dell'azienda.

Suddivisone consumo di energia su totale consumato	2023	2022
% energia rinnovabile	82%	84%
% energia non rinnovabile	18%	16%

Intensità energetica

-4,22% dell'energia consumata per ora lavorata

-3,7% dell'energia necessaria per produrre una tonnellata di olio

L'intensità energetica riflette l'impegno di Olitalia nel migliorare l'efficienza delle sue operazioni, contribuendo a una riduzione complessiva dei consumi energetici.

Intensità energetica	U.M.	2023	2022
Consumo totale di energia	kWh/ora lavorata	17,47	18,24
Totale ore lavorate[1]			
Consumo totale di energia	kWh/t olio prodotto	44,8	46,52
Tonnellate olio prodotto[2]			

L'azienda, inoltre, ha un parco macchine composto da 43 mezzi, di cui 38 ad uso promiscuo, alimentati a diesel e benzina. Di seguito si riportano i consumi di carburante per l'anno 2022 e 2023.

Tipologia di carburante	U.M.	2023	2022
Diesel	Litri	45.449	43.440
Benzina	Litri	23.427	21.734

1. Il numero delle ore lavorate è stato fornito dal controllo di gestione. Nel 2022, i dipendenti diretti di Olitalia hanno accumulato un totale di 213.987 ore lavorative, mentre nel 2023 il totale delle ore lavorate è stato di 215.656.
2. La produzione di olio nel 2022 è stata di 83.886,23 tonnellate, mentre nel 2023 è stata di 83.940,039 tonnellate.

Cambiamenti climatici e gestione delle emissioni

Attraverso la metodologia del Global Reporting Initiative (GRI) i consumi sono stati suddivisi in Scope 1 e Scope 2 in base a dove sono state generate le emissioni derivanti dalla produzione o dal consumo delle fonti di energia.

Lo Scope 1 comprende le emissioni dirette provenienti da fonti di proprietà o strettamente controllate dall'impresa. Nel caso di Olitalia, queste emissioni includono quelle legate all'uso di gas naturale all'interno dell'azienda e le emissioni derivanti dalla combustione prodotta dai mezzi di trasporto posseduti o noleggiati. Le emissioni di Scope 2 includono invece tutte le emissioni indirette generate dall'acquisto di elettricità da fonti esterne all'azienda.

Scope 1

Di seguito si riportano le emissioni di Scope 1 prodotte da Olitalia nel 2022 e 2023[3].

Emissioni Scope 1	t CO_2e 2023	t CO_2e 2022
Gas naturale	126,68	117
Diesel	121,636	116,260
Benzina	53,215	49,370
Totale	**301,53**	**283**

Nel 2023 le emissioni di Scope 1 sono aumentate del 6,5%. Il leggero aumento è dovuto ai maggiori consumi di gas naturale per il riscaldamento e carburanti utilizzati dalle auto aziendali.

3 Il calcolo delle emissioni di Scope 1 per il 2022 è stato aggiornato in seguito ad un ricalcolo, includendo anche le emissioni legate ai carburanti consumati dalle auto aziendali. Fonte dei fattori di emissione: UK Dept. for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), the US Environmental Protection Agency (EPA) and the Intergovernmental Panel on Climate Change's (IPCC) 2006 Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories.

Scope 2

Il valore delle emissioni di Scope 2 è pari a zero, in conformità con le linee guida del GHG Protocol[4], poiché l'energia acquistata dalla rete è certificata come proveniente da fonti rinnovabili tramite Garanzie d'Origine. Inoltre, le emissioni di Scope 2 legate alla produzione di energia tramite fotovoltaico sono anch'esse pari a zero.

Gestione delle risorse idriche

L'impegno di Olitalia nella gestione sostenibile delle risorse idriche dimostra come l'azienda integri pratiche ecologiche nelle proprie operazioni quotidiane. L'azienda ottimizza l'uso delle risorse idriche e contribuisce anche alla tutela dell'ambiente, confermando la sua dedizione verso la sostenibilità.

Le risorse idriche sono utilizzate per servizi igienici e per attività di stabilimento, ovvero produzione di vapore, cleaning delle catenarie con impianti automatici, pulizie degli ambienti e dei macchinari, impianto di raffrescamento e per la manutenzione delle aree verdi dell'azienda.

L'azienda, riconoscendo l'importanza di preservare l'acqua, ha implementato diverse misure per ridurre i consumi idrici nelle attività di produzione come i **temporizzatori nelle centraline di pompaggio e i riduttori di pressione**. I primi aiutano a diminuire i consumi idrici regolando il flusso d'acqua durante le attività di produzione mentre i secondi limitano gli sprechi ottimizzando l'utilizzo dell'acqua prelevata dall'acquedotto.

Gli scarichi derivanti dalle attività sono convogliati in due diversi punti dello stabilimento, entrambi autorizzati con AUA. Le acque reflue di lavaggio prima di entrare in rete pubblica passano attraverso un disoleatore che ha la funzione di effettuare una separazione delle varie frazioni.

Consumi idrici	Totale 2023	Totale 2022
m^3	7.068,62	6.566,24

4 Il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol) è il più ampiamente utilizzato standard internazionale per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas serra (GHG). Sviluppato dal World Resources Institute (WRI) e dal World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), fornisce un quadro completo e sistematico per misurare e gestire le emissioni di GHG generate dalle attività aziendali e dalle catene di valore.



Gestione degli imballaggi e di materiale plastico

Fanno parte degli imballaggi dei prodotti Olitalia le bottiglie, i fusti, le preforme, i cartoni e i bancali ma anche tutti i materiali sussidiari come le etichette. Il dettaglio della merce acquistata e utilizzata nel 2023 non è riportato per peso e/o volume ma per numero di pezzi.





Packaging		Pz 2023	Pz 2022
Bottiglie vetro 1000 ml		9.092.802	10.368.844
Bottiglie vetro 750 ml		967.162	1.081.594
Bottiglie vetro 500 ml		5.160.522	6.342.432
Bottiglie vetro 250 ml		2.038.524	1.776.840
Preforme PET e R-PET		31.810.385	32.850.189
Latte in banda stagnata		758.151	915.464
Fustini in pp		158.447	182.691
Fusti-cisterne		161	239
Bag in box		82.777	61.711
Etichette in carta e plastica		52.994.802	59.166.686
Stickers		1.101.601	1.199.061
Sleevers in plastica		14.532.518	14.406.744
Pendagli in carta		4.157.253	3.793.896
Coperchi in plastica		158.447	182.691
Capsule in plastica e alluminio		16.353.094	18.586.723
Capsule in plastica e alluminio a pressione		33.349.587	34.626.899
Maniglie in plastica		5.882.004	5.366.048
Termocapsule in plastica		11.541.485	12.330.269
Etichette tracciabilità		5.878.704	6.043.585
Cartoni		7.216.381	7.354.653
Interfalde bancale in cartone		56.138	83.538
Bancali in legno		1.115	2.706
Angolari in cartone		21.397	41.393
Termoretraibile in plastica	Kg	7.321	13.769
Estensibile in plastica	Kg	54.251	55.545
Film copribancale in plastica	Kg	1.677	3.225
Reggette in plastica	Mt	36.894	70.955



Da anni Olitalia si è attivata attraverso una serie di attività per ridurre il quantitativo di materiale plastico utilizzato all'interno della propria sede. In linea con le recenti direttive approvate dal Parlamento Europeo per l'abolizione degli articoli in plastica monouso, Olitalia si è impegnata ad intraprendere un percorso volto alla diminuzione dell'impiego della plastica vergine (sgrammatura, R-PET, materiali alternativi compostabili) negli imballaggi dei prodotti finiti, andando anche alla ricerca di nuovi materiali biodegradabili e compostabili, che possano sostituire la plastica normalmente utilizzata negli imballaggi.

2012

A partire dal 2012 le bottiglie in PET, le preforme e i film plastici sono stati sgrammati, riducendone il peso delle materie prime. Nel 2013 si è passati ad una nuova bottiglia in vetro, "Evolution", con il vantaggio di un risparmio di materie prime e di ottimizzazione della logistica: infatti a seconda del formato si arriva ad un aumento fino al 17% di bottiglie in più in ogni pallet.

2018

Nel 2018 Olitalia ha lanciato il progetto **Plastic No More**: un gesto concreto per ridurre l'uso della plastica in azienda. Il progetto è frutto del lavoro in collaborazione con Coripet, un consorzio volontario riconosciuto dal Ministero dell'Ambiente, la cui mission consiste nel gestire direttamente il fine vita delle bottiglie in PET immesse sul mercato.

Grazie al progetto "bottle to bottle" di Coripet, è stata attivata una filiera italiana chiusa per il riciclo delle bottiglie PET che, una volta giunte all'interno dell'impianto di riciclo, vengono tritate, lavate, sanificate e, dopo essere state granulate, tornano ad essere materia prima. In questo modo si crea un'economia circolare in cui i rifiuti diventano risorse: gli stessi sono infatti reintrodotti nel ciclo economico dando vita a nuove bottiglie e riducendo così l'utilizzo di plastica di nuova produzione.



2019

Dal 2019 sono stati **eliminati in azienda i materiali monouso** quali bicchieri, piatti, posate, cannucce e nei distributori automatici non sono più presenti bottigliette in plastica, mentre le bevande calde sono servite in bicchieri di carta e palette di legno (con un beneficio di circa 10,000 bottiglie da 500ml ogni anno). In sostituzione delle bottigliette d'acqua vi sono in dotazione per i dipendenti e collaboratori alcuni erogatori e borracce in acciaio.

2022

Da aprile 2022 tutte le bottiglie da un litro della linea Olio di semi e prodotti per frittura sono prodotte con **100% plastica a uso alimentare riciclata (R-PET)** da filiera controllata italiana Coripet. Questa scelta fatta in favore dell'ambiente permette di aumentare il riciclo e produrre meno plastica. La nuova bottiglia in plastica 100% R-PET ha un forte impatto, tanto che permetterà un beneficio di circa 5 milioni di bottiglie di plastica vergine in meno all'anno.

Questo progetto di sostituzione delle bottiglie in plastica vergine è stato comunicato anche sulle etichette delle bottiglie: sotto il concept "Viva la Natura" mettendo in luce il fatto che la bottiglia è in plastica 100% riciclata e riciclabile da filiera alimentare controllata italiana e viene riportato un QR code che rimanda al sito Coripet. In questo modo il consumatore può trovare maggiori informazioni ed essere coinvolto nel corretto avvio del processo di riciclo della bottiglia che ha tra le mani.

Sempre con l'obiettivo di ridurre il proprio impatto ambientale da gennaio 2022 il secchiello da 20 litri del prodotto Frienn è stato sostituito con l'eco-pack Bag-in-Box, con una riduzione di plastica dell'85%, pari a 45.000 kg all'anno, e ad un'ottimizzazione del trasporto attraverso l'inserimento di più confezioni sui pallet; rispetto al bidone cilindrico le "Bag in box" permettono un aumento di volume su pallet dal 9 (EPAL) al 33% (USA).

Gestione dei rifiuti

I rifiuti aziendali sono gestiti da apposite procedure, con aree assegnate per i depositi temporanei. In azienda viene fatta la raccolta differenziata e nel processo produttivo non ci sono scarti alimentari: i rifiuti infatti provengono per la maggior parte da imballaggio e farine di filtrazione esauste destinate al riciclo. Inoltre per quanto riguarda la quota di indifferenziato, annualmente vengono riesaminate le eventuali opportunità di ridurla, mediante ulteriori possibilità di riciclo.

Una percentuale del residuo/scarto di produzione plastico "difettato" viene venduta ad un'impresa specializzata di Forlì che ricicla le materie plastiche, dando così nuova vita a materiali che altrimenti andrebbero smaltiti. Il trasporto e lo smaltimento dei rifiuti sono a cura di ditte esterne specializzate e i ritiri vengono tutti gestiti con formulari e registri di carico e scarico.

Per migliorare la gestione dei propri rifiuti Olitalia ha avviato alcuni progetti tra cui:

Esausto ma pieno di vita - progetto di sensibilizzazione sul corretto smaltimento dell'olio esausto indirizzato al canale food service

A partire dal 2011, grazie ad un miglioramento nella gestione operativa delle linee per la produzione di bottiglie in PET (tutti i formati), si sono ridotti più della metà i quantitativi di sfrido di preforme

90% dei rifiuti a riciclo nel 2023

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE DI OLITALIA PER LA RACCOLTA DELL'OLIO ESAUSTO IN COLLABORAZIONE CON APCI

Esausto ma pieno di vita!



scopri di più

L'OLIO VEGETALE ESAUSTO NON SI FERMA, SI RIGENERA.

Raccogliere l'olio per destinarlo al riciclo consente non solo di **ridurre l'inquinamento**, ma anche di trasformare un rifiuto in una **nuova risorsa**, come biodiesel, sapone, asfalto e biogas. La sostenibilità è un valore fondamentale per Olitalia ed è per questo che da diversi anni, abbiamo intrapreso un percorso fatto di azioni concrete per la tutela dell'ambiente. **Fai la tua parte anche tu. Per un futuro buono, davvero.**

#esaustomapienodivita

OLITALIA

LA TRADIZIONE DI DOMANI.

Elenco dei rifiuti

Descrizione	Pericoloso/Non pericoloso	Quantità 2023 in kg	Quantità 2022 in kg	Destinazione
Fanghi	Non pericoloso	85.740	82.490	Riciclo
Cartoncini oleosi, farine oleose, fondami olio di oliva	Non pericoloso	104.856	97.800	Riciclo
Toner per stampa	Non pericoloso	25	30	Riciclo
Imballaggi carta e cartone	Non pericoloso	135.630	144.030	Riciclo
Imballaggi in plastica	Non pericoloso	40.620	46.510	Riciclo
Imballaggi in legno	Non pericoloso	13.340	11.980	Riciclo
Ferro e acciaio	Non pericoloso	11.900	11.830	Riciclo
Sostanze chimiche di laboratorio	Pericoloso	1.652	936	Smaltimento
Vetro	Non pericoloso	70.270	91.200	Riciclo
RAEE	Non pericoloso	380	n/a	Riciclo
Indifferenziata	Non pericoloso	46.970	50.620	Smaltimento

	2023	2022
TOTALE	**511.383**	**467.426**
Totale pericolosi	1.652	936
Totale non pericolosi	509.731	466.490
Totale recupero (R)	462.761	415.863
Totale smaltimento (D)	48.622	51.563

Per quanto riguarda gli imballaggi in vetro e i rifiuti urbani non differenziati, entrambi classificati come rifiuti non pericolosi, l'azienda ha stipulato un accordo con Alea per il recupero e lo smaltimento dei quantitativi prodotti.



7

Olitalia ritiene che il dialogo con gli stakeholders sia di importanza strategica per un corretto sviluppo della propria attività e instaura un canale stabile di dialogo con loro allo scopo di cooperare nel rispetto dei reciproci interessi.

Nota metodologica

Olitalia testimonia il suo impegno nel rendicontare e comunicare a tutti gli stakeholder le performance ambientali, sociali ed economiche raggiunte dall'azienda nel corso del 2023 con la pubblicazione della seconda edizione del Report di Sostenibilità.

Le informazioni contenute nel presente documento si riferiscono all'anno fiscale 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre) e, quando possibile, sono messe a confronto con l'anno precedente. Il perimetro di rendicontazione scelto è lo stesso definito nel Bilancio Economico Finanziario dell'azienda.

Il Report è stato redatto in conformità ai GRI Standard 2021, opzione "in accordance to". Ai fini di una corretta rappresentazione delle performance conseguite nel 2023 e di garanzia sull'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate e comunque fondate sulle migliori metodologie disponibili. Nella stesura di questo bilancio sono stati rispettati i principi di chiarezza, tempestività, accuratezza, equilibrio, comparabilità, affidabilità e verificabilità che prescrive il GRI.

In accordo allo standard, il documento si concentra sui temi più significativi per Olitalia e per i suoi stakeholder – i cosiddetti temi "materiali" per i quali sono stati valutati i principali impatti economici, ambientali e sociali generati dall'organizzazione – individuati attraverso un processo di analisi di materialità condotta nel 2023 e che ha previsto successivamente il coinvolgimento di alcuni stakeholder esterni.

Le informazioni e i dati riportati nel documento sono stati raccolti grazie alla collaborazione di tutte le funzioni di Olitalia, ognuna per le attività di competenza. È stato così possibile creare un insieme di informazioni esaustivo e accurato, che garantisce la solidità del modello di rendicontazione.



Gli stakeholder

Sono molteplici le persone, i clienti, i partner, le organizzazioni e gli enti che contribuiscono direttamente o indirettamente al successo di Olitalia e che, in relazione al ruolo, ne possono influenzare l'andamento e le decisioni. Come parte del percorso di sostenibilità intrapreso, l'azienda ha realizzato una mappatura dei suoi principali Stakeholder, mossa dalla volontà di incentivare sempre più la comunicazione, il dialogo e la cura costante di relazioni basate sui valori di trasparenza ed integrità. Il coinvolgimento degli stakeholder, sia interni che esterni, rappresenta un elemento fondamentale della strategia di sostenibilità di Olitalia. Grazie ad un processo di ascolto e confronto continuo, l'azienda è maggiormente consapevole della misura in cui sta rispondendo alle aspettative e agli interessi dei propri stakeholder e può identificare le eventuali aree in cui rafforzare l'impegno profuso e quelle in cui confermare l'approccio adottato.

Approccio al coinvolgimento degli stakeholder		
Stakeholder	**Metodo di coinvolgimento**	**Esigenze e aspettative stakeholder**
Dipendenti	Comunicazioni interne, corsi di formazione, Whistleblowing - segnalazioni 231, eventi e pranzi	Continuità aziendale e un equo bilanciamento tra lavoro svolto e remunerazione/ benefit ricevuti (monetari e non monetari)
Clienti	Canali digitali: website, email; visite e contatti dal consulente commerciale; eventi	Azienda sempre più presente su aspetti green e sostenibili, affidabile a livello qualitativo
Fornitori	Canali digitali: website, email; visite e contatti dal consulente commerciale; eventi	Azienda sempre più presente su aspetti green e sostenibili che garantisca loro un fatturato in costante crescita
Mondo finanziario (banche, assicurazioni)	Incontri periodici con le strutture organizzative preposte	Che l'azienda sia in grado di produrre ogni anno bilanci sostenibili e in crescita, che sia in grado di onorare i finanziamenti e debiti presi con le istituzioni finanziare e con i fornitori in modo puntuale, che possa diventare una realtà alla quale proporre e vendere servizi aggiuntivi
Associazioni di categoria	Incontri periodici con le strutture organizzative preposte	Che l'azienda mantenga elevati standard di responsabilità sociale e operativa, contribuendo positivamente non solo al proprio sviluppo, ma anche al benessere della comunità circostante
Collettività e territorio, scuole	Sponsorizzazioni; collaborazioni con le scuole superiori del territorio	Che l'azienda migliori costantemente dal punto di vista ambientale, investa sul territorio, sviluppi progetti con le scuole

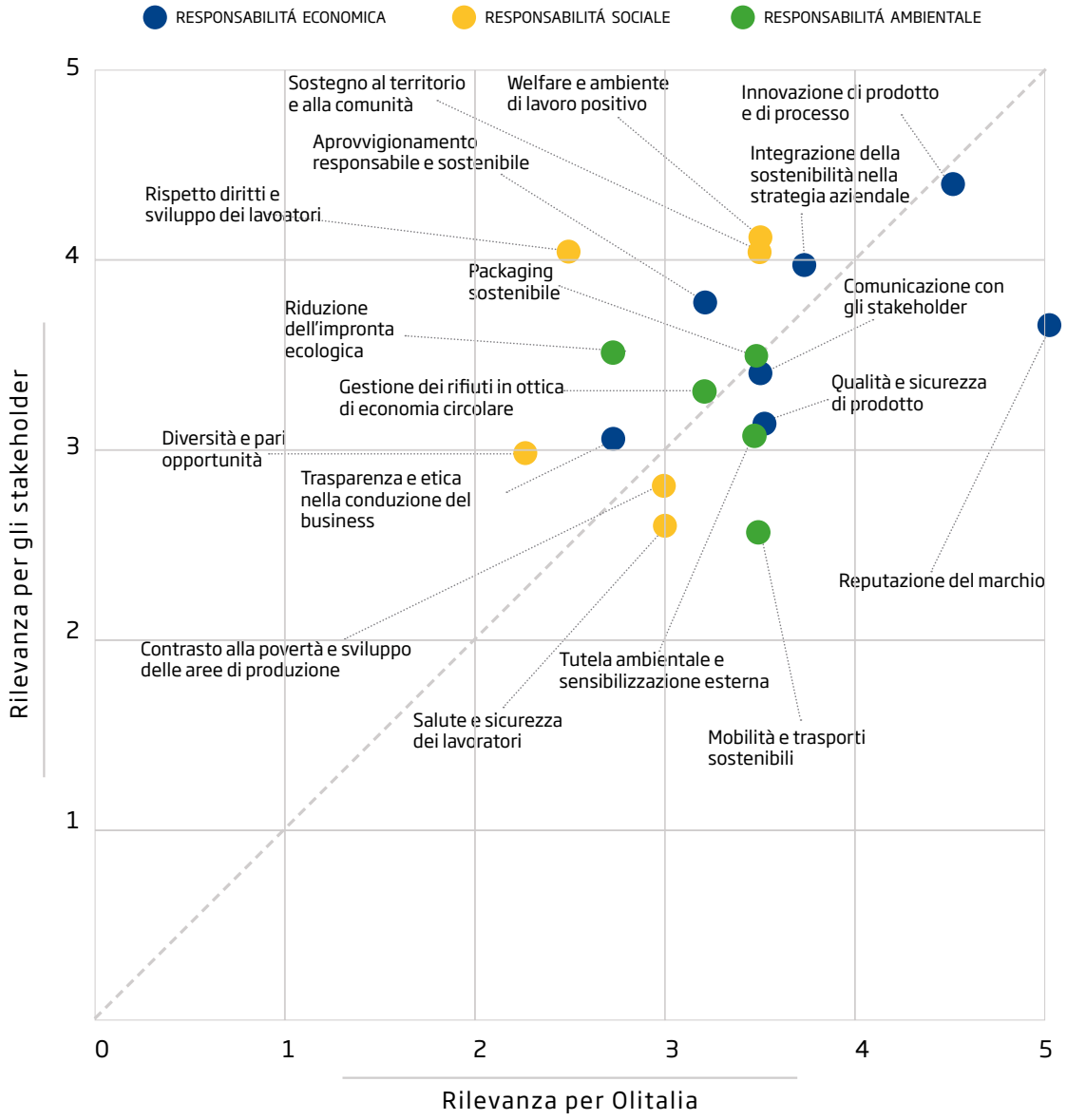
Analisi di Materialità

La matrice di materialità è il cuore della metodologia GRI (Global Reporting Initiative), lo strumento attraverso il quale l'organizzazione insieme ai propri stakeholder identifica le tematiche rilevanti, che saranno oggetto della reportistica, su cui concentrare la propria attenzione e le proprie risorse. Per realizzare la matrice nel 2023 è stato avviato un processo di coinvolgimento dei principali stakeholder esterni attraverso la somministrazione di un questionario. Ampliare la platea degli stakeholder rivolgendosi anche a quelli esterni è stato il modo scelto da Olitalia per garantire maggiore trasparenza e compartecipazione alla definizione della futura strategia.

Con il questionario, compilato da più di 30 stakeholder invitati ad un evento presso la sede di Olitalia, è stato chiesto di attribuire un peso da 1 a 5 ai temi individuati. Dall'intersezione dei risultati è stata generata la seguente matrice di materialità:

I Risultati

MATRICE DI MATERIALITÁ



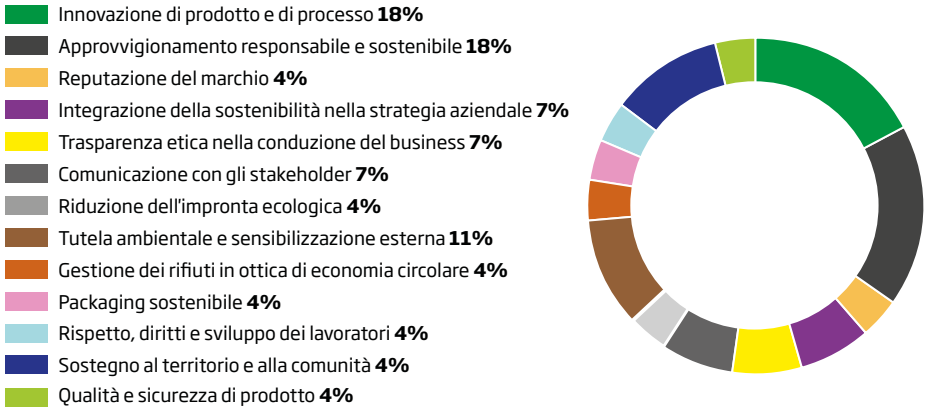
Dall'analisi dell'asse cartesiano svetta come priorità la tematica dell'**innovazione di prodotto e di processo**. A seguire altre due tematiche di governance: l'**integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale e la reputazione del marchio**.

Per quanto riguarda le tematiche sociali emergono come più rilevanti quelle legate al **welfare e ambiente di lavoro positivo** e **sostegno al territorio**.

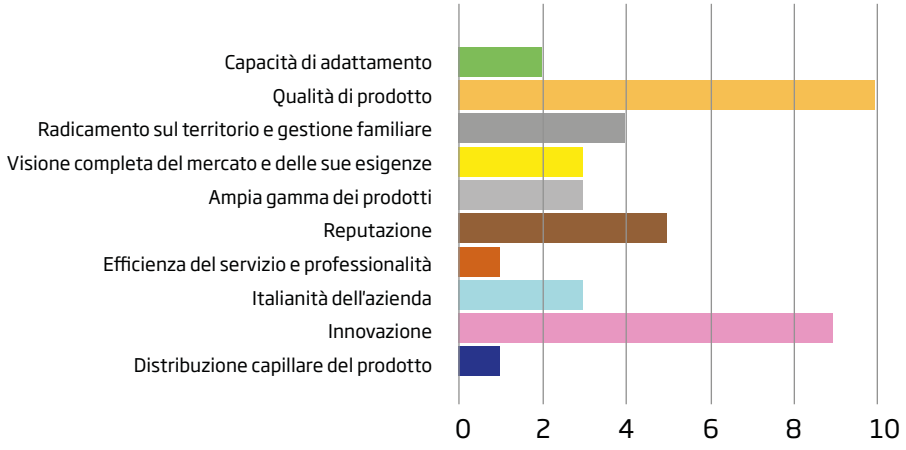
Sui temi ambientali spicca come prioritario lo sviluppo di un **packaging sostenibile**. Le altre tematiche risultano avere 'voti' più bassi perché l'azienda ha già messo in piedi moltissime iniziative per la riduzione del proprio impatto ambientale.

Molto rilevante per gli stakeholder anche l'**approvvigionamento sostenibile**: l'azienda sta implementando un questionario di valutazione dei fornitori che integri criteri ESG per mappare il livello di sostenibilità della propria catena di fornitura.

È stato inoltre chiesto agli stakeholder quale fosse la tematica più strategica per il futuro di Olitalia e le risposte principali sono state: innovazione di prodotto e processo e approvvigionamento responsabile e sostenibile.



L'occasione è stata importante anche per capire quale sia, secondo l'opinione degli esterni, il punto di forza dell'azienda sul mercato. La qualità del prodotto e l'innovazione che l'azienda ha sempre messo in campo con il reparto Marketing e di Ricerca & Sviluppo sono state le tematiche più citate.





8

Olitalia ha predisposto un piano di miglioramento delle proprie performance di governance, sociali e ambientali dandosi degli obiettivi di medio termine grazie all'analisi effettuata nel corso della redazione del report di sostenibilità.

Obiettivi 2023-2028

GOVERNANCE

OBIETTIVI	% DI RAGGIUNGIMENTO	COMMENTO
AZIENDA		
Istituito il Comitato. Ancora da definire il Sustainability Manager	95%	Istituito il Comitato. Ancora da definire il Sustainability Manager
Realizzazione dello stakeholder engagement per validare la matrice di materialità	100%	Realizzato evento con oltre 30 partecipanti
PRODOTTO		
Accreditamento ministeriale del panel di assaggio interno dell'olio extravergine di oliva	80%	
FORNITORI		
Definizione di un piano di auditing e di valutazione dei fornitori strategici sulla base dei criteri ESG	10%	

SOCIALE

OBIETTIVI	% DI RAGGIUNGIMENTO
Coordinamento del focus group olivicolo che coinvolge tutta la filiera olivicola dell'Emilia Romagna per lo sviluppo di un piano olivicolo regionale	95%
Implementazione del piano welfare aziendale	0
Realizzazione di un'indagine di clima aziendale	0
Implementazione di un piano di crescita professionale delle dipendenti donne e di un sistema di gestione della parità di genere	0

AMBIENTE

OBIETTIVI	% DI RAGGIUNGIMENTO	COMMENTO
Riduzione/compensazione dell'impatto di CO_2 generato dalle linee di prodotto principali:		
1. Progetto LCA sull'olio evo 100% italiano	60%	
2. Progetto LCA su una linea di prodotti di olio di semi	0	
Sviluppo di una campagna di sensibilizzazione sul corretto smaltimento dell'olio esausto	50%	Lo sviluppo dei contenuti (manuale per la sensibilizzazione al corretto smaltimento degli oli esausti) e del kit di divulgazione destinati al canale Food Service è stato completato e presentato. Nei prossimi mesi verrà sviluppata la versione destinata ai consumatori, con relativo piano di comunicazione e divulgazione.
Progetto Plastic No More:		
1. Incremento dell'utilizzo di R-PET del + 10%	80%	
2. Ricerca su packaging completamente riciclabili e biodegradabili	10%	
Valutazione energetica per definire eventuali aree di recupero energetico	0	
Installazione di un nuovo impianto FV con una potenza di circa 900 KWh e valutazione della fattibilità del progetto "comunità energetica"	20%	Sono stati definiti i progetti di amplimanto

GRI Content Index

Dichiarazione di utilizzo	Olitalia ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo1° gennaio-31 dicembre 2023 con riferimento agli Standard GRI.
GRI 1 utilizzati	GRI 1: Principi di rendicontazione 2021
Standard GRI settoriali applicabili	N/A

GRI Sustainability Reporting Standard		Pag
2	INFORMATIVA GENERALE	
L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE		
2-1	Dettagli organizzativi	6 -9
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	111
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	111
2-4	Revisione delle informazioni	111
2-5	Assurance esterna	non richiesta
ATTIVITÀ E LAVORATORI		
2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	52 - 61
2-7	Dipendenti	74 - 77
2-8	Lavoratori non dipendenti	74 - 77

GOVERNANCE		
2-9	Struttura e composizione della governance	12
2-10	Nomina e selezione del massimo Organo di Governo	12
2-11	Presidente del più alto Organo di Governo	12
2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	12
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	12
2-14	Ruolo del più alto Organo di Governo nel reporting di sostenibilità	12
2-15	Conflitto di interessi	70
2-16	Comunicazione delle criticità	70
2-17	Conoscenza collettiva del più alto Organo di Governo	12
2-18	Valutazione delle prestazioni del massimo Organo di Governo	non rilevante
2-19	Politiche di remunerazione	non rilevante
2-20	Processo per determinare la remunerazione	non rilevante
2-21	Rapporto tra i compensi annuali totali	non rilevante
STRATEGIA, POLITICHE E PRASSI		
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	19 - 23
2-23	Impegni in termini di policy	19 - 23
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	19 - 23
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	19 - 23

2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	19 - 23
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	19 - 23
2-28	Appartenenza ad associazioni	16
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	112, 113
2-30	Contratti collettivi	79

3	**TEMI MATERIALI**	
INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI		
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	114
3-2	Elenco dei temi materiali	115
3-3	Gestione dei temi materiali	116

200	**TEMI ECONOMICI**	
201	**PERFORMANCE ECONOMICHE**	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	64
202-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	73
201-3	Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici	non applicabile
201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	non rilevante
202	**PRESENZA SUL MERCATO**	
202-1	Rapporto tra i salari base standard per genere rispetto al salario minimo locale	non rilevante

202-2	Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	100%
203	**IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI**	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	non rilevante
203-2	Impatti economici indiretti significativi	non rilevante
204	**PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO**	
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	54 - 61
205	**ANTICORRUZIONE**	
205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	72
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	72
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	nessuno
206	**COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE**	
206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	nessuna
207	**IMPOSTE - 2019**	
207-1	Approccio alle imposte	non rilevante
207-2	Governance relativa alle imposte, controllo e gestione del rischio	non rilevante
207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni correlate alle imposte	non rilevante
207-4	Rendicontazione Paese per Paese	non rilevante

300	**TEMI AMBIENTALI**	
301	**MATERIALI**	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	103
301-2	Materiali di ingresso riciclati utilizzati	103
301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	103
302	**ENERGIA**	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	96, 97
302-2	Consumo di energia esterno all'organizzazione	96, 97
302-3	Intensità energetica	98
302-4	Riduzione del consumo di energia	97
302-5	Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	97
303	**ACQUA E SCARICHI IDRICI**	
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	100
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico dell'acqua	100
303-3	Prelievo idrico	100
303-4	Scarico idrico	100
303-5	Consumo idrico	100
304	**BIODIVERSITÀ**	
304-1	Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette	non applicabile
304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	non applicabile

304-3	Habitat protetti o ripristinati	non applicabile
304-4	Specie elencate nella "Red List" dell' IUCN e negli elenchi nazionali che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione	non applicabile
305	**EMISSIONI**	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	99
305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	100
305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	non applicabile
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	non rilevante
305-5	Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)	100
305-6	Emissioni di sostanze che riducono lo strato di ozono (ODS)	non applicabile
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni nell'aria rilevanti	non applicabile
306	**RIFIUTI**	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	106 - 109
306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	106 - 109
306-3	Rifiuti generati	106 - 109
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	106 - 109
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	106 - 109
308	Valutazione ambientale dei fornitori	53, 54
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	54

308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	nessuno

400	**TEMI SOCIALI**	
401	**OCCUPAZIONE**	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	80
401-2	Vantaggi forniti ai dipendenti a tempo pieno non forniti a dipendenti temporanei o part-time	84, 85
401-3	Congedo parentale	84, 85
402	**RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT**	
402-1	Periodi minimi di preavviso in merito ai cambiamenti operativi	non rilevante
403	**SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - 2018**	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	87, 89
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	87, 89
403-3	Servizi di medicina sul lavoro	87, 89
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	89
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	89
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	non rilevante
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	46 - 51
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	100%
403-9	Infortuni sul lavoro	90

403-10	Malattia professionale	90
404	**FORMAZIONE E ISTRUZIONE**	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	82
404-2	"Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione"	82
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	86
405	**DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ**	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	77
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	non rilevante
406	**POLITICA ANTIDISCRIMINATORIA**	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	nessuno
407	**LIBERTÀ' DI ASSOCIAZIONE**	
407-1	Attività e fornitori il cui diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	non applicabile
408	**LAVORO MINORILE**	
408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	non applicabile
409	**LAVORO FORZATO E OBBLIGATORIO**	
409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	non applicabile
410	**PRATICHE DI SICUREZZA**	
410-1	Personale addetto alla sicurezza addestrato a politiche o procedure sui diritti umani	non applicabile

411	**DIRITTI DEI POPOLI INDIGENI**	
411-1	Episodi di violazione dei diritti dei popoli indigeni	nessuno
413	**COMUNITÀ LOCALI**	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	91
413-2	Operazioni con importanti impatti negativi effettivi e potenziali sulle comunità locali	nessuna
414	**VALUTAZIONE SOCIALE DEL FORNITORE**	
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo criteri sociali	54
414-2	Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e misure adottate	nessuno
415	**POLITICA PUBBLICA**	
415-1	Contributi politici	non applicabile
416	**SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI**	
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza per categorie di prodotti e servizi	46 - 51
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	46 - 51
417	**MARKETING ED ETICHETTATURA**	
417-1	Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	47
417-2	Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	50, 51
417-3	Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	nessuno
418	**PRIVACY DEL CLIENTE**	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	nessuna

Consulenza metodologica: Mediamo Area Sostenibilità S.r.l SB
Progetto grafico: Mediamo S.r.l SB
Stampato da Alpha service S.r.l. su carta Shiro Echo
bianco brillante FSC (Forest Stewardship Council)

OLITALIA

LA TRADIZIONE DI DOMANI.

Via A. Meucci 22/A • 47122 Forli (FC) • Italia
Tel. +39 0543 794811 • Fax +39 0543 721646
olitalia.com

999701 - Rev. Luglio 2024