



ANNUAL
REPORT 2017



Veronesi Holding S.p.A.

ANNUAL REPORT 2017 INDICE

01 STRUTTURA SOCIETARIA	4
02 I NUMERI CHIAVE DELL'ANNO	7
03 IDENTITÀ E VALORI: IL CODICE ETICO	9
04 EXPORT	15
05 SCENARIO MACROECONOMICO	17
06 I MERCATI	19
07 ALIMENTARE	27
08 COMUNICAZIONE	33
09 AGROZOOTECNICA	35
10 ORGANIZZAZIONE LOGISTICA	41
11 SOSTENIBILITÀ	43
Una filiera integrata di qualità	47
Sostenibilità economica	61
Sostenibilità ambientale	63
Sostenibilità sociale	73
12 ALLEGATI	80



“

*un viaggio che racconta non solo "cosa" facciamo
ma anche e soprattutto "come".*

Verso un futuro sempre più sostenibile

Il 2017 è stato un anno decisamente positivo, grazie al lavoro e all'impegno delle oltre 8000 persone che ogni giorno operano con passione nel nostro Gruppo e alla capacità di rispondere con efficienza e velocità alle richieste dei consumatori, spesso anticipandone i bisogni.

Abbiamo confermato la nostra leadership nel mercato agrozootecnico ed in quello avicolo, consolidando anche la nostra posizione nel mercato dei salumi affettati, grazie alla capacità di portare continuamente innovazione in linea con i nuovi trend di mercato.

In questo Annual Report, accanto ai principali risultati raggiunti nel 2017 nei mercati in cui operiamo, abbiamo voluto raccontare per la prima volta in maniera dettagliata come lavora il nostro Gruppo, quali sono i valori che lo animano e l'impegno in sostenibilità che caratterizza il nostro fare impresa.

Troverete infatti rendicontati i principali risultati raggiunti ed il percorso di miglioramento continuo che facciamo ogni giorno lungo tutta la nostra filiera integrata: un cammino che racconta non solo "cosa" facciamo, ma anche e soprattutto "come", con l'ambizione di essere sempre più un Gruppo sostenibile dal punto di vista economico, sociale ed ambientale.

Nato 60 anni fa dall'intuizione e dal coraggio di un uomo straordinario come Apollinare Veronesi, il nostro Gruppo conserva nel DNA i tratti distintivi della ricerca e dell'innovazione continua. Ricerca e innovazione nei prodotti e nei processi sono rese possibili dalla capacità delle nostre persone di fare nascere nuove idee, svilupparle e trasformarle in successi.

Oggi l'innovazione tecnologica è sostenuta da importanti investimenti nei nostri poli produttivi – oltre 88 milioni di euro solo lo scorso anno – con la finalità di migliorare sempre più la bontà e la qualità dei prodotti e del lavoro.

Questo è il cuore della nostra azienda che vogliamo portare avanti nei prossimi anni per vincere le sfide future che ci attendono, con rinnovato slancio e con la passione che da sempre ci contraddistingue. Siamo orgogliosi di portare sulle tavole di milioni di Italiani e sempre più nel mondo prodotti eccellenti, sicuri, preparati con responsabilità lungo tutta la filiera.

Importanti traguardi raggiunti quest'anno sono l'abilitazione del sito di Magreta di Formigine ad esportare negli Stati Uniti nonché l'autorizzazione ad esportare, sempre negli USA, il Culatello di Zibello D.O.P. Negroni. Si tratta di un riconoscimento davvero importante dal momento che il Gruppo Veronesi è la prima ed unica azienda ammessa ad introdurre negli USA "il re della salumeria italiana".

Nella ricorrenza di due nostri importanti anniversari, 60 anni di Veronesi Mangimi e 50 anni di AIA, rivolgiamo un sentito ringraziamento a tutte le persone del Gruppo Veronesi che, con il loro incessante impegno, condividendo i nostri Valori, ci hanno portato ad essere oggi una delle principali realtà agroalimentari del Paese, presente sul mercato interno e sempre di più all'estero.

L'auspicio è di continuare a crescere e di proseguire insieme la nostra storia di passione per la qualità italiana.



VERONESI HOLDING S.p.a.





CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE



COLLEGIO SINDACALE

PRESIDENTE

MARIO VERONESI

VICE PRESIDENTE

MARCELLO VERONESI

CONSIGLIERI

ANTONIO NICODEMO

FRANCESCO BALLINI

TOMMASO VERONESI

LUIGI FASOLI

PRESIDENTE

MAURO MELANDRI

SINDACI

ANDREA CASTELLI

PRIMO CEPPELLINI

SOCIETÀ DI REVISIONE

DELOITTE&TOUCHE S.P.A.

Nella foto, da sinistra a destra: Tommaso Veronesi, Marcello Veronesi, Antonio Nicodemo, Mario Veronesi, Luigi Fasoli, Francesco Ballini.



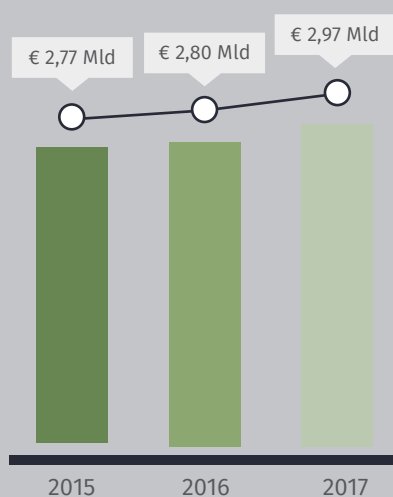
“

L'esempio è la più bella forma di autorità.

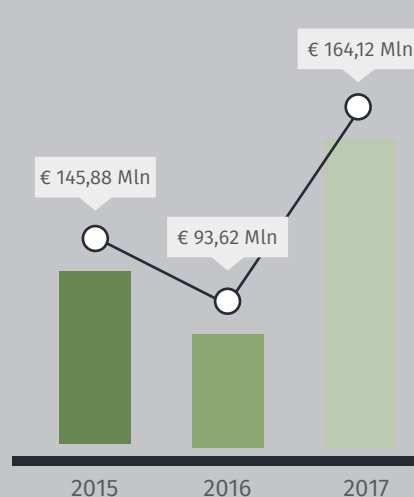
02 | I NUMERI CHIAVE DELL'ANNO

PRINCIPALI DATI ECONOMICI E FINANZIARI	2017	2016	2015
RICAVI NETTI	2.976.820.913	2.803.965.347	2.774.342.973
EBITDA	164.118.511	93.629.192	145.888.432
AMMORTAMENTI	81.416.276	81.370.520	80.291.399
RISULTATO NETTO	56.687.917	1.693.948	30.397.067
CASH FLOW	138.104.193	83.064.468	110.688.466
INVESTIMENTI IN IMMOBILIZZAZIONI	88.183.402	118.395.739	92.020.377
INDEB. FINANZIARIO NETTO	382.861.155	413.839.047	405.683.585
PATRIMONIO NETTO GRUPPO E TERZI	558.747.064	506.939.832	510.449.630
RISULTATO OPERATIVO/CAPITALE INVESTITO	4,10%	0,43%	3,43%
RISULTATO NETTO/PATRIMONIO NETTO	10,15%	0,33%	5,95%
INDEB. FIN. NETTO/P.N. GRUPPO E TERZI	0,69	0,82	0,79
INDEB. FIN. NETTO/EBITDA	2,33	4,42	2,78

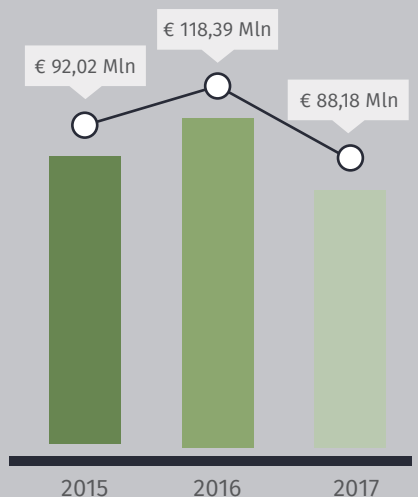
RICAVI NETTI CONSOLIDATI



MARGINE OPERATIVO LORDO (EBITDA)



INVESTIMENTI PRODUTTIVI





“

Il vostro datore di lavoro non è Veronesi, ma il cliente.

03 | IDENTITÀ E VALORI: IL CODICE ETICO

Il Codice Etico racchiude un insieme di valori, principi e regole la cui osservanza da parte dei destinatari è di fondamentale importanza per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione del Gruppo.

Correttezza, equità, integrità, lealtà, sicurezza, cultura della qualità e rigore professionale sono i principi stabiliti su cui si devono basare tutti i comportamenti ed il modo di lavorare. Sono racchiusi nel Codice Etico gli strumenti con cui il Gruppo si impegna a contribuire allo sviluppo socio-economico del territorio.

I VALORI E I PRINCIPI AZIENDALI COSTITUISCONO LA BASE DEL CODICE ETICO DEL GRUPPO VERONESI

IL CONSUMATORE AL CENTRO

Soddisfare il gusto e le aspettative del consumatore è il nostro impegno quotidiano, anticipare e superare i suoi desideri la nostra sfida.

LA PASSIONE PER LA QUALITÀ

Dal campo alla tavola, ricerchiamo l'eccellenza in ogni fase della filiera e scegliamo partner che condividano con noi questa passione.

L'INNOVAZIONE

L'attenzione al nuovo e la ricerca continua sono valori radicati nella nostra storia e sono da sempre il nostro modo di fare qualità. Vogliamo continuare a sorprendere il mercato con le migliori produzioni della tradizione alimentare italiana e con prodotti innovativi per nuovi gusti.

LO SPIRITO DI GRUPPO

La motivazione e la crescita professionale dei collaboratori rappresentano la chiavi del nostro successo. Rispetto, fiducia, correttezza e dialogo sono i principi ai quali ci ispiriamo per

creare entusiasmo e spirito di gruppo.

L'EFFICIENZA

Ricerchiamo l'efficienza sempre e in ogni fase dei processi organizzativi e produttivi, coniugandola con la costante attenzione alla salute e alla sicurezza dei nostri collaboratori. Ci confrontiamo con il mercato in un'ottica di continuo miglioramento delle nostre prestazioni.

LA SOSTENIBILITÀ

Da sempre consideriamo la sostenibilità uno dei principali fattori di sviluppo, oltre a un impegno inderogabile per le future generazioni. Crediamo che il risultato economico debba andare di pari passo con la tutela dell'ambiente e il benessere delle persone.

LA CREAZIONE DI VALORE

La nostra è una storia di successo fondata sul valore dei nostri marchi e sul patrimonio costituito dalla filiera. Vogliamo continuare a perseguire un equo profitto d'impresa nel rispetto dell'etica

nei rapporti economici e sociali.

IL BENESSERE ANIMALE

Consideriamo il rispetto degli animali un valore primario. Ogni giorno ci impegniamo con migliaia di allevatori per assicurare la salute degli animali custodendoli in modo responsabile.





VERSO I CONSUMATORI E I CLIENTI

DAL CAMPO ALLA TAVOLA

Siamo presenti in ogni fase della filiera e possiamo garantire alimenti invitanti, sani, sicuri e di grande qualità.

SELEZIONE E CONTROLLO

Selezioniamo e controlliamo le materie prime migliori, lavoriamo a fianco degli allevatori e ci assicuriamo che gli animali crescano nelle migliori condizioni sanitarie e ambientali, a salvaguardia del loro benessere.

MANGIMI ALL'AVANGUARDIA

La lavorazione dei nostri mangimi e prodotti avviene in impianti dotati di tecnologie all'avanguardia, che ci permettono di assicurare i massimi livelli di igiene, sicurezza e tutela della salute dell'uomo.

RICERCA E SVILUPPO

Tutte le nostre produzioni sono il frutto di una lunga fase di ricerca e sviluppo, durante la quale vengono eseguiti severi test di validazione per assicurare scrupolosamente il rispetto degli standard organolettici e normativi, con un monitoraggio che prosegue per tutta la vita del prodotto.

VERSO LE TAVOLE D'ITALIA

Ci impegniamo a rendere il più possibile invitanti i nostri prodotti per la ricercatezza del packaging e per la freschezza delle materie prime impiegate in tutte le ricette.

SISTEMA LOGISTICO

Un innovativo sistema logistico e informatico ci permette di consegnare quotidianamente i prodotti in Italia e nel mondo assicurando, in particolare per i freschi e i freschissimi (con scadenza di 7-10 giorni), una ininterrotta catena del freddo.

FORZA VENDITA

La nostra forza vendita e i nostri agenti assistono su tutto il territorio la grande distribuzione, la ristorazione e i dettaglianti, in modo da garantire al consumatore l'eccellenza dei nostri prodotti e servizi.

TOP STANDARD

Siamo costantemente impegnati a rispettare scrupolosamente le normative comunitarie e a raggiungere i più elevati standard di certificazioni volontarie riconosciute a livello internazionale.

**IL NOSTRO È UN
IMPEGNO E INSIEME
UNA SFIDA
RAFFORZATI OGNI
GIORNO DALLA
PASSIONE PER LA
QUALITÀ.**



VERSO I COLLABORATORI

GRANDI PROFESSIONALITÀ

Coltiviamo le migliori professionalità che ci offre il mercato del lavoro, promuovendo la crescita umana e professionale. Chi lavora con noi rappresenta il patrimonio più importante per costruire e investire nel futuro.

COINVOLGIMENTO

Favoriamo il coinvolgimento, il dialogo e la partecipazione delle risorse umane, promuovendo la loro formazione e l'autonomia gestionale.

RICONOSCIMENTO

Valutiamo i contributi professionali e valorizziamo le potenzialità, garantendo la diffusione di sistemi premianti.

TUTELA

Riconosciamo l'importanza della tutela dei diritti dei lavoratori, stimoliamo il dialogo individuale fra i collaboratori e gli enti aziendali di servizio, impostando costanti relazioni di trasparenza, rispetto e confronto con le Rappresentanze Sindacali.

SICUREZZA

Adottiamo un innovativo sistema di gestione della sicurezza e salute sul lavoro, che coinvolge tutti i collaboratori impegnati nelle varie attività aziendali.



VERSO GLI ALLEVATORI

FIDUCIA

La nostra alleanza con migliaia di allevatori italiani è ispirata alla fiducia reciproca, alla comune passione per la zootecnia e al rispetto degli animali, della terra e dell'uomo. Ci adoperiamo per rafforzare ogni giorno questa alleanza.

DIALOGO

Dialoghiamo con gli allevatori, ne condividiamo interessi e passioni, per ricercare insieme idee e soluzioni sempre migliori.

DEDIZIONE

Vogliamo continuare ad essere al loro fianco con dedizione e rispetto, contribuendo alla crescita professionale e al miglioramento delle loro capacità e competenze.

CONDIVISIONE

Condividiamo con gli allevatori i valori e i principi del Gruppo coinvolgendoli nei nostri progetti.

VERSO I FORNITORI

LEALTÀ E TRASPARENZA

Impostiamo il rapporto con i fornitori in modo leale e trasparente.

PRIMA LA QUALITÀ

Selezioniamo i nostri fornitori tra i principali operatori nazionali e internazionali, ricercando costantemente le migliori materie prime, le più avanzate tecnologie, i prodotti e servizi di elevata qualità.

RAPPORTI DIRETTI

Privilegiamo il rapporto diretto mirando a ottenere le migliori condizioni qualitative e commerciali.

OBIETTIVI COMUNI

Costruiamo con i nostri fornitori un rapporto duraturo secondo una logica di partnership, definendo insieme i progetti e coinvolgendoli nei nostri obiettivi.

STANDARD ELEVATI

Ci assicuriamo la conformità alle specifiche progettuali e agli standard d'acquisto, sensibilizzando i fornitori sull'importanza delle buone pratiche di produzione, e sul rispetto delle normative vigenti in tema di salute, sicurezza e ambiente.

VERSO GLI AZIONISTI

VALORI FONDANTI

Perseguiamo gli stessi principi e valori etici ai quali si sono ispirati i fondatori del Gruppo.

CAPITALE DI VALORE

Creiamo valore per gli azionisti, attraverso la continua valorizzazione dei nostri marchi e un'equa remunerazione del capitale investito.

FUTURO E CRESCITA

Siamo pronti a cogliere in qualsiasi momento opportunità di crescita e di sviluppo, salvaguardando sempre l'equilibrio finanziario del Gruppo.

VERSO L'AMBIENTE

TUTELA DEL TERRITORIO

La tutela ambientale è un impegno che traduciamo in concrete azioni volte al rispetto del territorio e all'uso responsabile delle risorse naturali.

SPIRITO SOSTENIBILE

Lavoriamo con spirito propositivo per prevenire l'impatto ambientale delle nostre produzioni.

AMBIENTE

Integriamo gli aspetti gestionali dei sistemi ambiente e sicurezza del lavoro in collaborazione e cooperazione con gli organi pubblici competenti.

PROGETTO SVILUPPO

Progettiamo e realizziamo sviluppo prendendo in considerazione le tematiche ambientali ed eco-sostenibili.

GESTIONE RIFIUTI

Formiamo e coinvolgiamo il nostro personale nella corretta gestione dei rifiuti, nella prevenzione dell'inquinamento e nella tutela dell'ambiente.

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE

Per dare ulteriore forza e continuità al nostro impegno, nella logica del continuo miglioramento, abbiamo avviato un programma di certificazione ambientale.

ECO FUTURO

Ci impegniamo a rispettare e quando possibile ad anticipare le normative eco-ambientali.

VERSO IL SOCIALE

BENESSERE COMUNE

Lavoriamo con la consapevolezza che la nostra attività contribuisce alla crescita economica delle nostre comunità, creando benessere, cultura e valore sociale.

IMPRENDITORI SOCIALI

Operiamo in un'ottica imprenditoriale alla ricerca di un giusto profitto nel rispetto del tessuto sociale, con il quale ci relazioniamo quotidianamente.

INIZIATIVE SUL LAVORO

Partecipiamo ad iniziative culturali e assistenziali, sostenendo Associazioni e collaborando con Scuole e Università per favorire l'inserimento professionale dei giovani nel mondo del lavoro.

AFRICA

●	ANGOLA	●	REP. DI GUINEA
●	BENIN	●	REP. CENTROAFRICANA
●	COSTA D'AVORIO	●	REP. DEL CONGO
●	GABON	●	REP. DEL TOGO
●	GHANA	●	REP. DEMOCRATICA DEL CONGO
●	GHANA	● ●	SEYCHELLES
●	GUINEE EQUATORIALE	● ●	SUD AFRICA
●	NIGERIA	●	TUNISIA

AMERICHE

●	BRASILE	●	PANAMA
●	CANADA	●	REP. DOMINICANA
●	COSTA RICA	●	STATI UNITI
●	GUATEMALA	●	URUGUAY
●	ISOLE CAYMAN		

ASIA

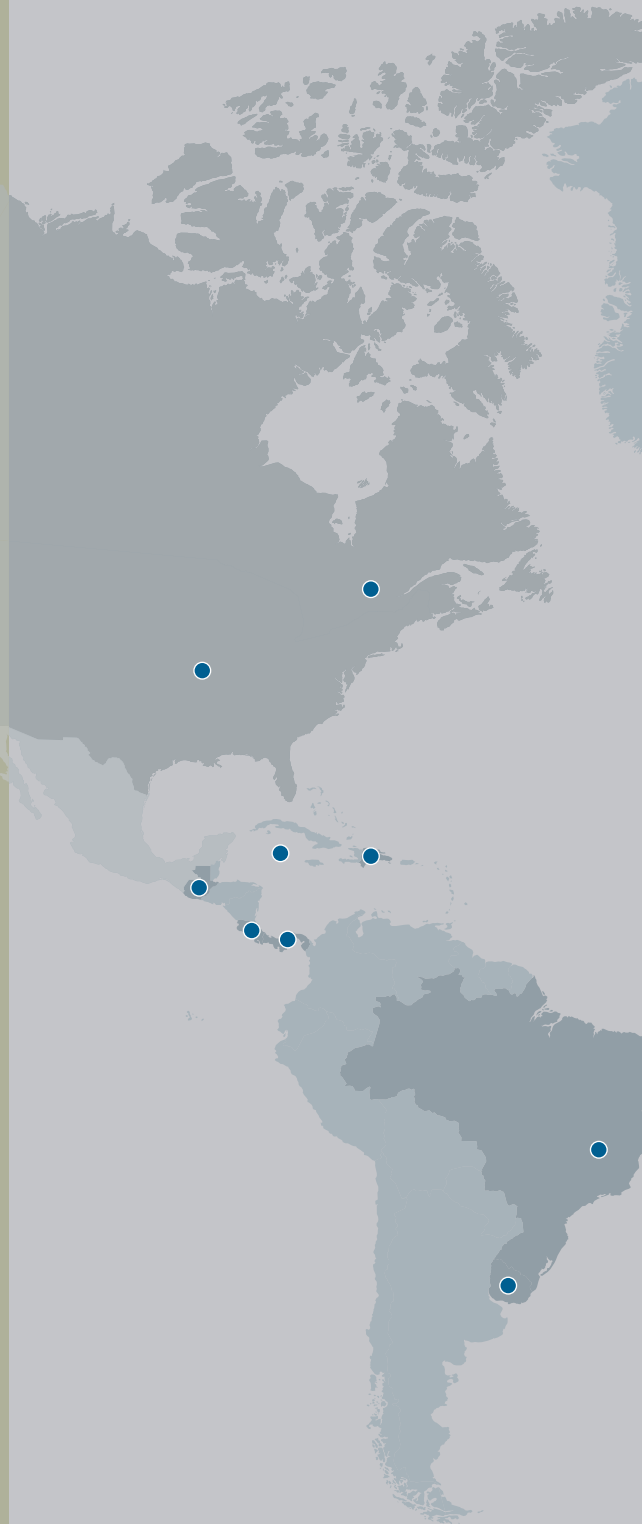
●	ARABIA SAUDITA	● ● ●	LIBANO
●	COREA	●	QATAR
● ●	EMIRATI ARABI UNITI	●	REP. POPOLARE CINESE
● ●	GIAPPONE	●	SINGAPORE
●	GIORDANIA	●	THAILANDIA
● ●	HONG KONG	●	VIETNAM
● ●	IRAQ		

EUROPA

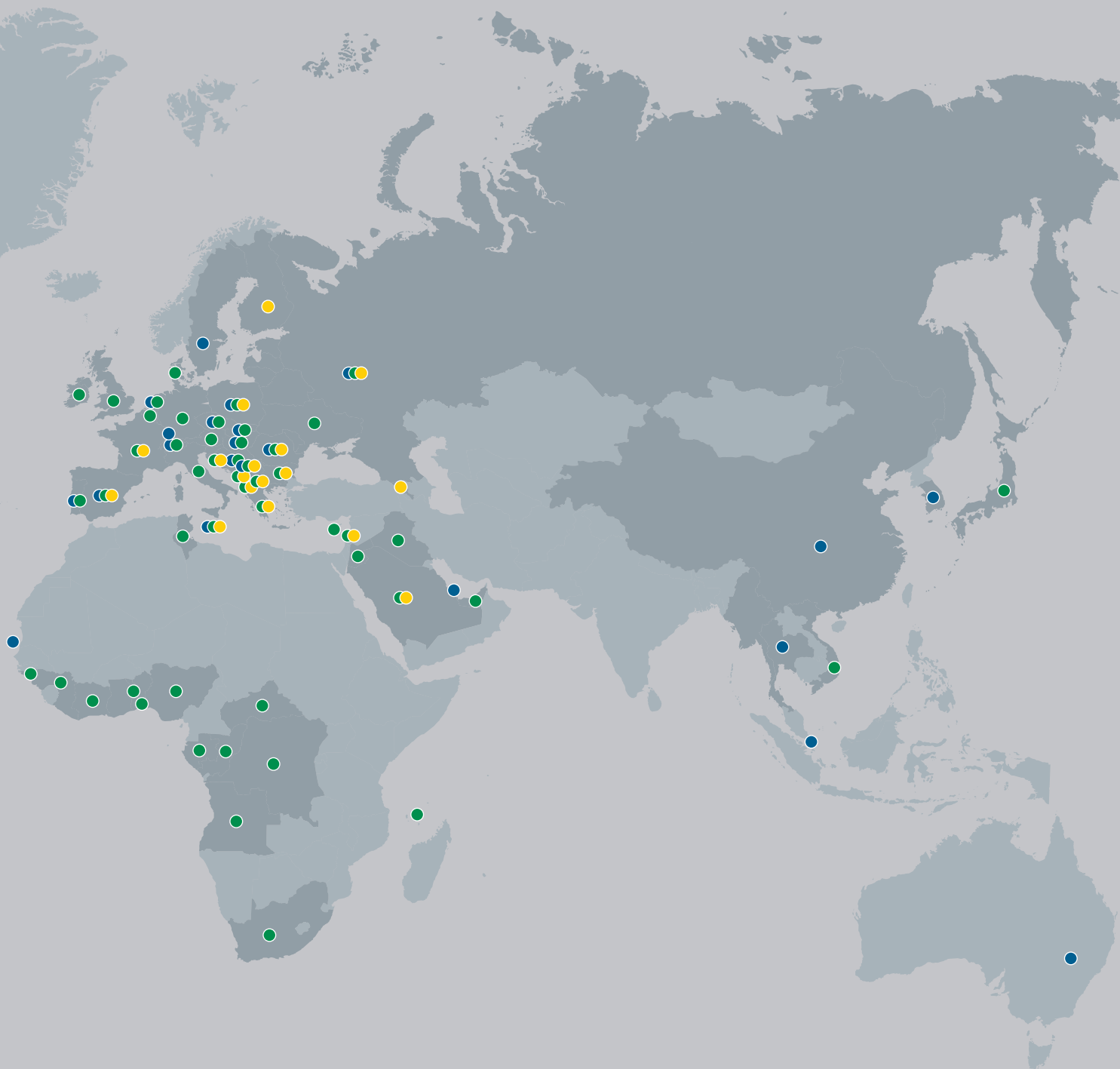
● ● ●	ALBANIA	●	LUSSEMBURGO
● ● ●	ARMENIA	● ● ●	MACEDONIA
● ● ●	AUSTRIA	● ● ●	MALTA
● ● ●	BELGIO	● ● ●	MONTENEGRO
● ● ●	BOSNIA HERZEGOVINA	● ● ●	OLANDA
● ● ●	BULGARIA	● ● ●	POLONIA
● ● ●	CIPRO	● ● ●	PORTOGALLO
● ● ●	CROAZIA	● ● ●	REP. SLOVACCA
● ● ●	DANIMARCA	● ● ●	REPUBBLICA CECA
● ● ●	ESTONIA	● ● ●	ROMANIA
● ● ●	FINLANDIA	● ● ●	RUSSIA
● ● ●	FRANCIA	● ● ●	SERBIA
● ● ●	GERMANIA	● ● ●	SLOVENIJA
● ● ●	GRAN BRETAGNA	● ● ●	SPAGNA
● ● ●	GRAN CANARIA	● ● ●	SVEZIA
● ● ●	GRECIA	● ● ●	SVIZZERA
● ● ●	IRLANDA	● ● ●	UCRAINA
● ● ●	KOSOVO	● ● ●	UNGHERIA
● ● ●	LITUANIA		

OCEANIA

●	AUSTRALIA
---	-----------



04 | EXPORT



- EXPORT SALUMI
- EXPORT FRESCO
- EXPORT MANGIMI



“

*Il Gruppo Veronesi tra i primi gruppi
del largo consumo in Italia.*

05 | SCENARIO MACROECONOMICO

Il 2017 si chiude con risultati moderatamente positivi per il Largo Consumo, tra gli alimentari il traino positivo è rappresentato dal Fresco.

Il consumatore si dimostra sempre più consapevole nelle scelte e più predisposto al cambiamento; è disposto a spendere di più a fronte di una qualità superiore, di un'etichetta pulita e di una maggior trasparenza del produttore, soprattutto per quanto riguarda

il processo produttivo.

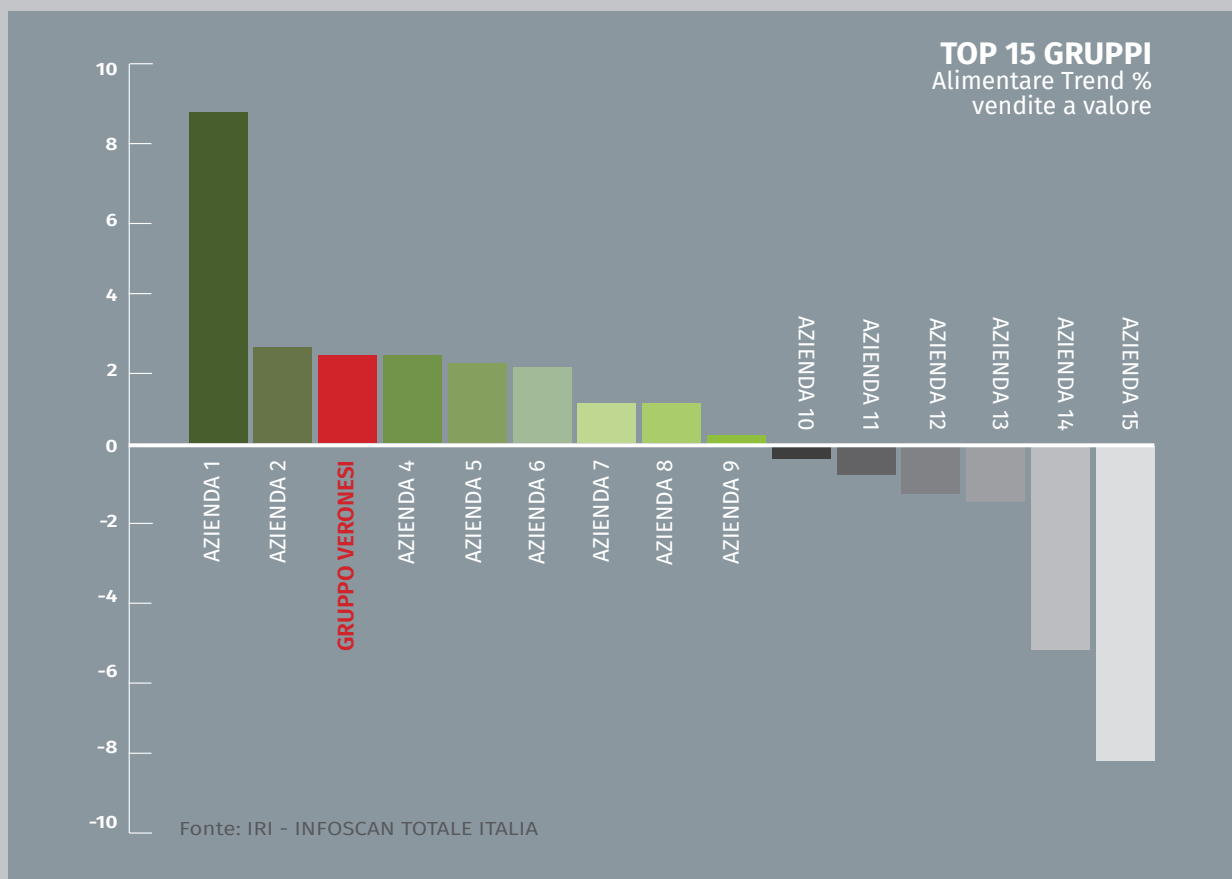
Tradizione modernità ed innovazione sono i plus che premiano le aziende produttrici, che si tratti di nuovi prodotti o rivisitazione di prodotti tradizionali.

Territorialità ed italianità sono valori sempre più importanti nei prodotti agli occhi del consumatore

Il 2017 è caratterizzato dalla

ripresa dei prezzi, cala la pressione promozionale di prezzo. La risalita dei prezzi ha rafforzato, nel breve, la crescita dei ricavi e si conferma la propensione all'aumento di valore nel carrello della spesa.

Il Gruppo Veronesi si attesta nelle prime posizioni tra i gruppi del Largo Consumo in Italia come trend delle vendite a valore ed arriva alla 15a posizione tra le TOP25 aziende del Largo Consumo Confezionato.





“

Anticipare i gusti delle persone, creare mercati e restarne leader.

06 | MERCATI

AIA S.pa. è l'azienda del Gruppo Veronesi proprietaria degli storici marchi alimentari AIA e Negroni.

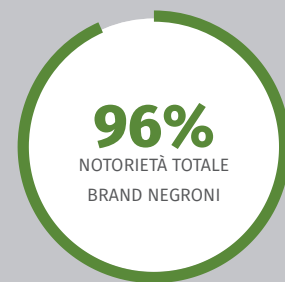
AIA è lo storico marchio che firma tutti i prodotti di carni fresche, carni fresche elaborate, carni cotte elaborate, uova ed ovoprodotti del Gruppo Veronesi. I mercati serviti dal brand sono quelli delle carni avicole, di coniglio, di suino, di bovino, delle carni trasformate e delle uova ed ovoprodotti. Il marchio nasce nel 1968 e firma alcuni tra i prodotti più innovativi a base di carne del mercato italiano fin dalla sua nascita. L'innovazione che da sempre lo contraddistingue decreta una crescita esponenziale della notorietà del marchio portandolo sulle tavole di tutti gli italiani. Da una recente ricerca* risulta che la notorietà spontanea di AIA nel mercato delle carni fresche sia pari al 56% e raggiunga il 100% come notorietà totale.

Tutti gli italiani indipendentemente dall'età conoscono AIA.

I risultati di chiusura 2017 in tutti i mercati di riferimento sono fortemente influenzati dall'aumento dei prezzi, si assiste quindi ad una situazione stabile nelle quote a volume ed un rialzo nelle quote a valore.



AIA LEADER DEL SETTORE DELLE CARNI NEL BANCO FRIGO
(* Ipsos Connect gennaio 2018)





UNA STORIA DI INNOVAZIONE

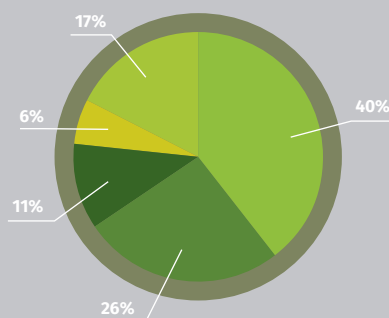
GLI ELABORATI AIA

COTTI PANATI

Si consolida la leadership di AIA nel mercato delle carni elaborate cotte panate con un aumento di circa 1 punto percentuale sia a valore che a volume sul 2016.

COTTI NON PANATI

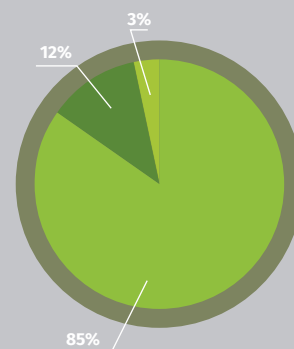
Con una quota dell'84,9 punti percentuali AIA si conferma attore di riferimento nel mercato dei Cotti Non Panati nonostante un calo generale del mercato, pari a 10,6 punti percentuali a volume, che porta il segmento ad un peso sul totale elaborati pari a 10% a volume (14% nel 2016).



COTTI PANATI Quota a volume



Fonte: IRI - INFOSCAN totale Italia



COTTI NON PANATI Quota a volume

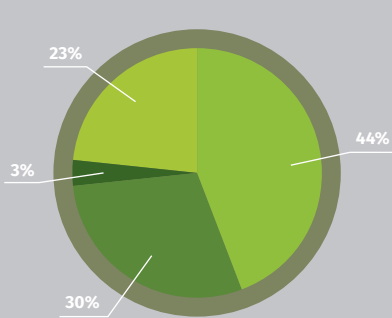


ELABORATI CRUDI E BON ROLL

Soffre il mercato degli elaborati crudi (-3,2% a vol), AIA, pur confermando la sua leadership subisce un decremento di 2,2 punti a volume. Stabile rispetto al 2016 è la quota di BonRoll che si conferma

uno dei prodotti più acquistati e conosciuti di AIA. Con una notorietà totale del 92% è "l'arrosto" degli italiani, in qualsiasi fascia d'età, con uno stacco insormontabile dal secondo competitor.

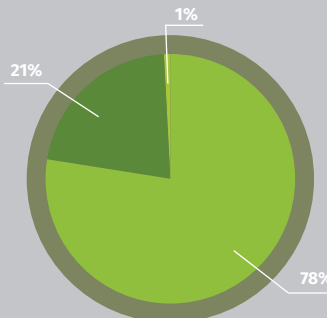
**BONROLL
SI CONFERMA
UNO DEI PRODOTTI
PIÙ ACQUISTATI**



ELABORATI CRUDI
Quota a volume

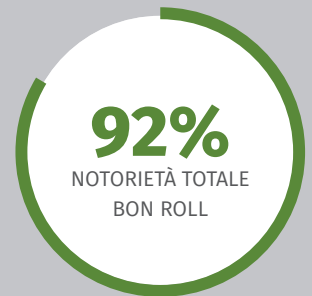
- AIA
- 1° COMPETITOR
- 2° COMPETITOR
- ALTRI

Fonte: IRI - INFOSCAN totale Italia



BON ROLL
Quota a volume

- AIA
- 1° COMPETITOR
- ALTRI





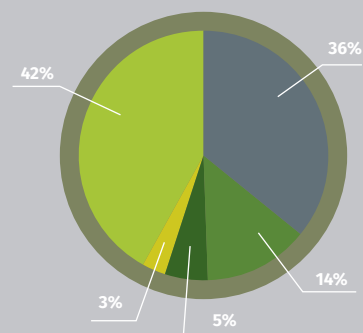
WURSTEL: WUDY SI CONFERMA LEADER

IL MERCATO HA RITROVATO STABILITÀ

Dopo la forte crisi che ha colpito il mercato nell'autunno del 2015 e ha portato un decremento del 19,4% a valore, si assiste ad una stabilizzazione dei principali indicatori. Il Gruppo Veronesi con i marchi Wudy e Golosino si conferma alla guida della categoria con una quota del 35,8% ed una crescita di 2 punti percentuali a volume sul totale Italia. La ricerca commissionata ad Ipsos relativamente alla notorietà dei principali brand di Gruppo rileva che Wudy si attesta come il wurstel più amato: ben il 53% degli intervistati dichiara di averlo acquistato nell'ultimo mese. La notorietà di Wudy è più elevata nella fascia dei Millennials (25-34) confermandosi

come portatore di valori quali modernità, innovazione, trasparenza e qualità sempre più richiesti tra le fasce più giovani: complici sono i nuovi claim inseriti on pack "senza latte e lattosio", "senza glutine" e "senza glutammato aggiunto".

**LA QUALITÀ
DI WUDY
SEMPRE PIÙ
RICHIESTA
NELLA FASCIA
MILLENNIALS**



WURSTEL
Quota a volume

- TOTALE GRUPPO VERONESI
- 1° COMPETITOR
- 2° COMPETITOR
- 3° COMPETITOR
- ALTRI

Fonte: IRI - INFOSCAN totale Italia

NATURALITÀ E TRASPARENZA

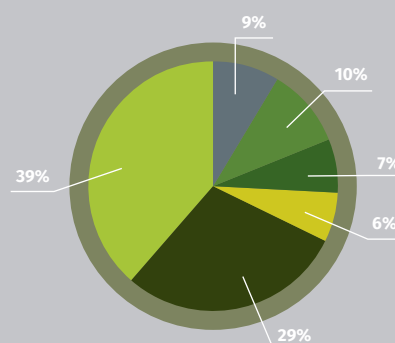
LE LINEE STRATEGICHE DELLA SALUMERIA AIA E NEGRONI

Nel mercato dei Salumi Affettati il Gruppo Veronesi, con i marchi Aequilibrium e Negroni, si conferma secondo player con una quota di mercato dell'8,8% a volume, alle spalle del leader che detiene una quota del 10,2%. Aequilibrium si conferma attore di riferimento per la categoria degli affettati avicoli con il 37% di quota a volume ed una crescita di 4 punti percentuali. Da evidenziare come l'avicolo sia l'unica categoria nel mercato degli affettati da libero servizio ad avere una marca leader e non una Private Label.

Gli affettati Negroni concludono l'anno segnando una crescita a volume del 5,7%, non solo grazie al costante sostegno alla Linea Stella attraverso le attività dedicate al target di consumo, ma anche all'aumento di distribuzione della linea di affettati Essenza,

icona della qualità intrinseca del marchio Negroni, lanciata nel 2016.

Il segmento cubetti, all'interno del mercato dei salumi libero servizio, chiude in crescita a volume rispetto all'anno precedente di un 4%. Nell'arena competitiva il marchio Negroni, seguendo l'andamento del mercato, è attore principale con una quota a volume che supera il 17%, mantenuta grazie al presidio della distribuzione ed alla performance positiva del segmento delle Specialità, in cui la linea di Salumi in Petali Negroni cresce del 18,7% a volumi.



AFFETTATI Quota a volume

- AIA/NEGRONI
- 1° COMPETITOR
- 2° COMPETITOR
- 3° COMPETITOR
- PL
- ALTRI

Fonte: IRI - INFOSCAN totale Italia





L'UOVO: UN FUTURO PIENO DI INNOVAZIONI

CONFEZIONI ECOSOSTENIBILI E UOVA ANTIBIOTIC FREE

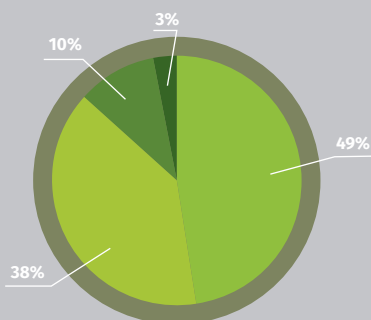
Il mercato delle uova vale 580 milioni di euro e negli ultimi anni ha subito una radicale modifica nell'offerta: da una prevalenza di uova da allevamenti di galline in gabbia ad una maggioranza di uova da allevamenti di galline a terra, bio e all'aperto.

Il Gruppo si attesta come il secondo attore del mercato. Si estende l'utilizzo di confezioni in polpa di legno, progetto iniziato nel 2016, a quasi la totalità dell'offerta a marchio AIA. La polpa di legno è un materiale che può essere smaltito con la carta e di conseguenza aiuta nella riduzione dell'impatto ambientale.

L'offerta delle uova AIA è vasta e sempre più orientata verso il segmento delle uova "speciali". Accanto alle ultime nate "uova Antibiotic free", provenienti da galline allevate senza utilizzo di antibiotici, troviamo le uova "Aequilibrium", arricchite con

omega 3, le uova "allevate all'aperto", le "uova bio", le uova "a pasta gialla", tutte appartenenti alla filiera italiana e garantita dal marchio AIA.

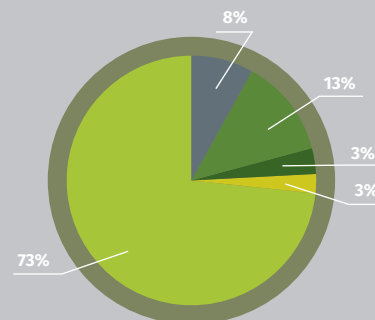
AIA è infine il primo attore italiano nel segmento dei brik, confezioni di uova sgusciate (misto, albume, tuorlo) per il consumatore finale e per i clienti specializzati.



MERCATO UOVA
Quota a volume

- A TERRA
- UOVA GABBIA
- UOVA BIO
- ALL'APERTO

Fonte: IRI - INFOSCAN totale Italia



UOVA
Quota a volume

- GRUPPO VERONESI
- 1° COMPETITOR
- 2° COMPETITOR
- 3° COMPETITOR
- ALTRI

È NEGRONI IL PRIMO CULATELLO A SBARCARRE A NEW YORK

LA CHIAVE DEL SUCCESSO DEL MARCHIO NEGRONI NEI MERCATI INTERNAZIONALI È IL “MADE IN ITALY”.

Il 2017 si chiude positivamente nonostante le difficoltà legate alle valorizzazioni delle materie prime che hanno influenzato l'anno. I partner comunitari, in primis Germania, Francia ed Inghilterra, restano gli interlocutori privilegiati. I consumatori stranieri sono sempre più attenti alla qualità e ai prodotti “ricercati” di cui Negroni rappresenta la massima espressione grazie al perfetto connubio tra tradizione e prodotti di alto servizio. Nel 2017 il marchio Negroni si è confermato fiore all'occhiello della Salumeria italiana con l'esportazione del primo Culatello di Zibello negli

Stati Uniti. Proprio il New York Times a novembre 2017, in un articolo dal titolo “When you need to impress your Italian relatives” (“Quando dovete impressionare i vostri parenti italiani”), ha annunciato l'arrivo nel mercato americano del re della salumeria italiana: Il Culatello di Zibello Dop. Un'eccellenza gourmet destinata ai food-lovers e firmata Negroni. Lo storico marchio della Stella, infatti, dopo avere ottenuto le certificazioni necessarie, ha ricevuto il via libera da parte del Dipartimento dell'Agricoltura, diventando la prima azienda a esportarlo negli Stati Uniti. Anche

il mercato americano, dunque, potrà assaporarne il gusto dolce ed equilibrato, ma allo stesso tempo deciso. La specialità italiana rappresenta a tutti gli effetti uno dei simboli della filosofia di Negroni e della sua storia ultracentenaria. Il marchio della Stella simboleggia l'impegno del Gruppo Veronesi a garantire elevati standard qualitativi, combinando la tradizione locale alle moderne tecniche produttive, con l'obiettivo di proporre un'offerta top di gamma.





“

Non devi dire sono un galantuomo. Devi esserlo.

SEDI PRODUTTIVE

CASELLE DI SOMMACAMPAGNA (VR)
CORREGGIO (RE), CREMONA,
MAGRETA DI FORMIGINE (MO),
NOGAROLE ROCCA (VR),
SAN DANIELE DEL FRIULI 1 E 2 (UD),
SAN GIORGIO IN BOSCO (PD),
SANTA MARIA DI ZEVIO (VR),
SAN MARTINO BUON ALBERGO (VR),
SAN MICHELE EXTRA (VR),
TIZZANO VAL PARMA (PR),
VAZZOLA (TV), VILLAFRANCA (VR),
VILLAGANZERLA (VI), ZIBELLO (PR)



07 | ALIMENTARE

TENDENZE DI MERCATO

IL NUOVO CONCETTO DI “SOSTENIBILITÀ”

Oggi i consumatori prestano sempre maggior attenzione al concetto di sostenibilità che abbraccia argomenti molto sentiti e vari.

La sostenibilità oggi viene letta in chiave di trasparenza, naturalità e sicurezza, valori che il consumatore ricerca nel cibo, visto come fonte primaria di

salute.

Gli italiani prestano sempre più attenzione alle singole componenti presenti nei prodotti alimentari acquistati, il 71% dichiara infatti di privilegiare produttori e distributori che applichino canoni di massima trasparenza su origine e modalità di produzione dei

prodotti offerti (Nielsen 2016).

Le persone sono disposte a pagare un prezzo più alto per i prodotti che rispettano canoni di maggior sostenibilità ambientale e soprattutto animale (Euromonitor 2017).

LA RISPOSTA DI AIA

AI TREND DI MERCATO

Il Gruppo Veronesi è da sempre attento alla sostenibilità, asset centrale e parte integrante dei valori che guidano l'operato di tutti i professionisti che partecipano alla filiera. La centralità di tale valore si riflette nella volontà di ampliare l'offerta di prodotti alimentari con referenze che possano esaudire le crescenti aspettative dei consumatori moderni in materia di naturalità. Con il marchio AIA vengono lanciati sul mercato avicolo e nel mercato delle uova il marchio “Oro Natura”, e nel mercato del coniglio, il marchio “Più Libero”.

AIA ORO NATURA: POLLO ANTIBIOTIC FREE.

AIA dedica alcuni dei suoi allevamenti al progetto “Oro Natura”. L'elevatissimo standard di benessere attuato in questi allevamenti permette di non trattare con l'uso di antibiotici il pollo dalla nascita e durante tutta la sua vita. I polli dispongono di una superficie maggiore in cui muoversi rispetto ad un allevamento standard. Sono allevati con mangimi vegetali NO OGM. In ogni allevamento sono inseriti arricchimenti ambientali come trucioli o balle di fieno e paglia che permettono agli animali di manifestare tutte le caratteristiche comportamentali proprie della specie. Oro Natura vuole offrire al consumatore tagli classici di carne come fettine, fusi e pollo intero cui si affiancano tre elaborati: hamburger, macinato e sovracosce speziate.





AIA ORO NATURA: UOVA ANTIBIOTIC FREE

AIA dedica alcuni dei suoi allevamenti di galline ovaiole al progetto “Antibiotic Free”. Le uova Antibiotic Free provengono esclusivamente da galline allevate a terra alimentate con mangime vegetale, sono 100% italiane da filiera controllata AIA. Le uova sono oggi disponibili nel formato da 4 uova, nella variante “fresche” ed “extra fresche”, e nel formato da 6 uova. Tutte le uova sono confezionate in alveoli in polpa di legno.

AIA CONIGLIO ALLEVATO A TERRA

Il progetto diventa operativo nel 2017, grazie ad un impegno strutturato partito nel 2013. Con la rivisitazione di alcuni allevamenti dedicati oggi è possibile avere conigli allevati in gruppi da 20/30 e in recinti ampi e aperti dove gli animali sono liberi di muoversi, saltare, alzarsi sulle zampe posteriori e manifestare tutti i comportamenti propri della specie. I conigli sono nutriti con cibo esclusivamente vegetale NO OGM. Il valore del progetto è stato riconosciuto anche da ONG impegnate nel benessere animale.





BANCO TAGLIO **NEGRONI**

I salumi da banco taglio sono sempre prioritari per Negroni: l'anno si chiude con un incremento a fatturato del 3%, registrando in particolare performance positive con incrementi più marcati sui prosciutti crudi e prosciutti cotti, dove la qualità delle materie prime e la filiera sono elementi distintivi importanti nel canale tradizionale.

Il lancio del Cotto Al Naturale Negroni e del Gran Cotto Negroni caratterizzano il 2017: due specialità all'insegna della distintività ed unicità. Il primo nasce da una lunga e accurata ricerca volta a definire una ricetta esclusiva per rispondere alle nuove esigenze alimentari in termini di qualità degli ingredienti e innovazione: una coscia selezionata 100% italiana, cotta lentamente a vapore, dal sapore delicato e naturale, senza conservanti chimici aggiunti, che sfrutta le caratteristiche tipiche di estratti vegetali per assicurare la buona conservazione del prodotto.



Il Gran Cotto Negroni è una specialità artigianale realizzata esclusivamente con la parte più nobile della coscia di suino italiano, la stessa da cui, eliminata la cotenna, si ottiene il culatello stagionato. Un prosciutto cotto dall'ingredientistica essenziale che è caratterizzato da un profumo inconfondibile abbinato ad un gusto armonico e una morbidezza della fetta distintiva.

PROGETTI DEDICATI ALLA RIDUZIONE DEGLI INGREDIENTI

AIA anticipa le esigenze dei consumatori in fatto di qualità e trasparenza dando il via ad un progetto di riduzione degli ingredienti su due dei brand più importanti: Wudy ed Aequilibrium.

AIA WUDY

A partire dal 2016 è stato eliminato un ingrediente da sempre presente: il glutammato monosodico, additivo presente nella lista ingredienti di molti alimenti. Oggi Wudy può vantare claim sul pack come “senza glutammato aggiunto”, “senza latte e lattosio”, “senza glutine” e l’importante dicitura relativa all’italianità “pollo e tacchino da allevamenti italiani”.



AIA AEQUILIBRIUM

Anche Aequilibrium, brand leader nel comparto della salumeria avicola, segue il filone del “free from” ed offre ai consumatori più attenti una lista ingredienti più pulita. Con l’occasione del passaggio della produzione dei salumi avicoli al sito produttivo di Correggio, iniziato a Settembre 2017 e concluso a Dicembre, è iniziato il processo di semplificazione degli ingredienti per il marchio della salumeria AIA. Oggetto del processo di eliminazione sono stati: zuccheri aggiunti, correttori di acidità, glutammato monosodico. È stato portato a termine anche un accurato controllo dei cross contaminanti che porta Aequilibrium ad essere senza glutine e senza latte e derivati. Sulle confezioni degli affettati avicoli oggi troviamo i claim “Senza glutine”, “Senza glutammato aggiunto”, “Senza latte e derivati”.





NEGRONI AFFETTATI BIO

Attenta ai trends di mercato Negroni presenta a fine del 2017 la nuova Linea di Affettato BIO composta da quattro referenze: Prosciutto Cotto, Salame Rustico, Bresaola delle Alpi e Mortadella.

Una linea che nasce dal rispetto della natura e dalla ricerca costante della qualità. Ogni fase dell'intero processo produttivo è controllata e certificata dagli enti di controllo con attenzione verso l'ambiente, salvaguardandone le risorse ed il territorio. Le singole referenze sono realizzate con l'impiego degli ingredienti essenziali, senza allergeni, glutammato e glutine e l'innovativa vaschetta in carta è 100% riciclabile.





• *la sfida* •
— *dei* —
**Cuochi
d'Italia**



*In un modo o nell'altro tutti amano i prodotti AIA.
AIA la più grande cucina d'Italia.*

08 | COMUNICAZIONE

AIA: LA SFIDA È PARTITA

Il 2017 si chiude con il lancio della nuova campagna di comunicazione di AIA. Dall'unione dei trend più importanti a livello media, la "ricettazione" e la "sfida", nasce il nuovo concept creativo: "La sfida dei cuochi d'Italia".

AIA è la più grande cucina d'Italia, ne fanno parte tutte le cucine degli italiani, ed è proprio in cucina che coppie di cuochi amatoriali si sfidano nella differente ricettazione dei brand storici di AIA: BonRoll, Viennese, Milanese, Wudy ed Aequilibrium. AIA porta in ogni casa la gioia di cucinare piatti sempre nuovi e buoni, la gioia di esprimere la propria fantasia e di condividerla con gli altri, sapendo che quello che metti in tavola è di alta qualità perchè viene dalla filiera AIA: corta, italiana al 100%, controllata.

Per la prima volta è il consumatore che parla del prodotto, ne spiega le valenze, le peculiarità e ne consiglia la

ricettazione. Grazie allo scontro a due, AIA ha la possibilità di presentare i suoi prodotti sotto molteplici aspetti. È una sfida senza vincitori che termina con l'unione delle tavolate dei due sfidanti, sfida che idealmente unisce tutte le tavole degli italiani sotto il pay off storico dell'azienda "Se c'è AIA, c'è gioia".

La scelta di AIA è dettata dal bisogno dell'utilizzo di una piattaforma crossmediale di comunicazione che poggia sui due pilastri più rilevanti per il core target: la TV con nuovi spot e i canali social con un'azione coerente che informi e ingaggi anche a livello one-to-one, con Chiara Maci come web ambassador del brand.

La comunicazione quindi, oltre che in TV, viene portata sul sito aiafood.it e sui canali social grazie a format creati ad hoc in formato video e fotografico. Sui social vengono utilizzati i format di maggior tendenza compreso il livestreaming che vede Chiara Maci sfidare importanti foodblogger del panorama italiano.

Il format composto da battute tra provetti cuochi italiani che si rispondono in modo sagace e frizzante con ritmo serrato, ben si presta anche al canale "radio" dove approda, sulle principali emittenti nazionali.

LE STELLE DI NEGRONI

La performance positiva di Negroni nel libero servizio è stata sostenuta dalla pianificazione in comunicazione televisiva, implementata con un primo importante flight nel periodo estivo ed un secondo nel periodo di chiusura d'anno, che ha visto la linea di affettati e di cubetti protagonisti di due differenti spot, in cui l'inconfondibile jingle "le stelle sono tante" ed il racconto incentrato sui prodotti, concretizzano il payoff della campagna "Se è Negroni si sente".

I risultati positivi sono stati sostenuti anche grazie all'investimento in comunicazione tv incentrato sull'italianità del Prosciutto Cotto Negroni e sulla novità "Gran Cotto". La pianificazione ha accompagnato l'anno 2017 da aprile a novembre, attraverso un spot da 10", finalizzato ad identificare Negroni come la marca del Prosciutto Cotto 100% Italiano, raccontato dalla voce autorevole e calda di Giancarlo Giannini.





“

Il Gruppo Veronesi è uno dei maggiori produttori di mangimi per animali. 1° in Italia, 8° in Europa, 35° nel mondo.

SEDI PRODUTTIVE

MANGIMIFICI

ACQUANEGRA CREMONESE (CR),
FOSSANO (CN),
OSPEDALETTO EUGANEO (PD),
PUTIGNANO (BA),
QUINTO DI VALPANTENA (VR),
SAN PIETRO IN GU (PD),
SAN POLO DI TORRILE (PR).



09 | AGRO ZOOTECNICA

2017

L'ANNO IDEALE

Il 2017 è sembrato essere per il mangime e l'allevamento l'anno ideale, con costi sostenibili da un lato e mercati che per gli animali si sono presentati piacevolmente frizzanti. Non ci sono segreti o strategie particolari dietro a questo andamento, ma semplicemente la vecchia legge della domanda e dell'offerta, la consolidata regola economica, per la quale l'incontro tra le due funzioni determina il prezzo di equilibrio. Ecco dunque che dietro ai prezzi particolarmente elevati del mercato del suino, c'è l'aumento della domanda da parte dei compratori cinesi, per compensare la minore produzione

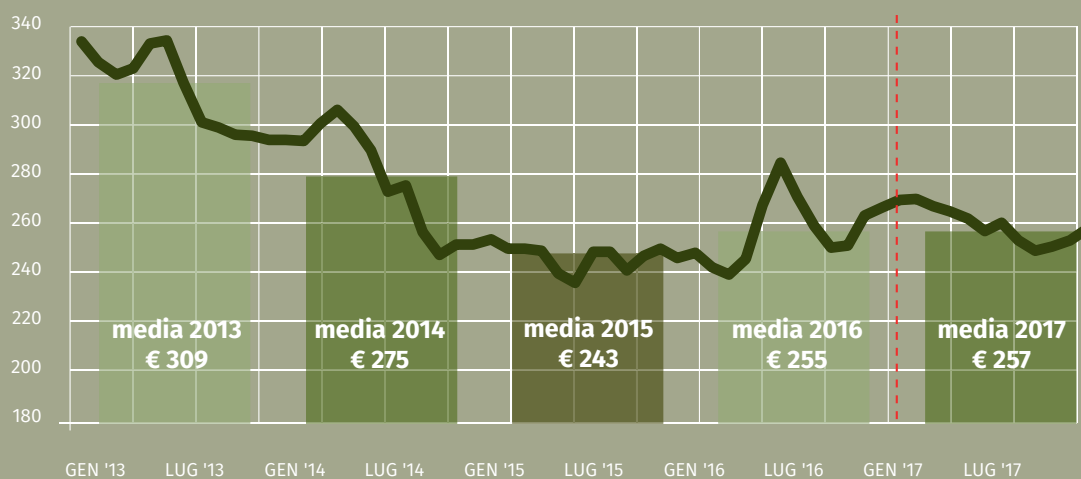
interna; le quotazioni delle uova sono state particolarmente premianti per una minore offerta legata alla chiusura per ristrutturazione o trasformazione di molti allevamenti; la decisione di chiudere l'attività da parte di un certo numero di allevatori di conigli ha consentito sul finire d'anno anche a questo comparto di tornare a sorridere ed infine, anche i bovini, sia da latte che da carne, hanno beneficiato di un 2017 favorevole.

Dall'altra parte, il mondo delle commodity agricole ha vissuto un altro anno di relativa tranquillità, con l'IVMP – Indice Veronesi Materie Prime – che

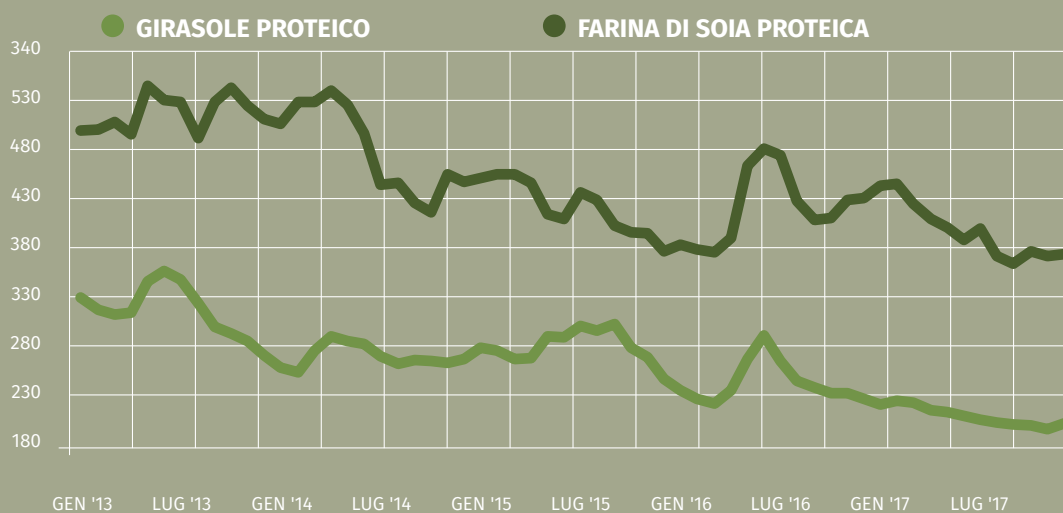
ha avuto poche oscillazioni e si è fermato sostanzialmente allo stesso livello del 2016. Alla base di questo andamento è stata l'abbondante produzione mondiale che ha permesso di soddisfare la pur crescente domanda. Va detto inoltre che un rafforzamento dell'euro sul dollaro, che nell'arco del 2017 ha visto il rapporto muoversi dall'1.05 di gennaio all'1.23 di dicembre ha contribuito al trend discendente nella prima parte dell'anno e ha attenuato il trend ascendente nella seconda parte. È chiaro che in assenza di tale movimento l'impatto del costo delle farina di soia, e più in generale delle



INDICE VERONESI MATERIE PRIME - Prezzi in €/ton



LISTINO MILANO PROTEICI - Prezzi in €/ton



merci importate, sarebbe stato ben diverso. Nell'ultimo trimestre del 2017, infine, una serie di eventi straordinari ha visto spingere verso l'alto i prezzi delle vitamine, con movimenti di particolare intensità in certi gruppi, a fronte di una diminuita disponibilità su scala mondiale del prodotto. La stima degli esperti è che la situazione per questi microelementi possa rientrare definitivamente ad un regime di normalità nel secondo semestre 2018. Per soia e cereali la prima parte dell'anno in corso è all'insegna di un rafforzamento delle quotazioni, ma ancora una

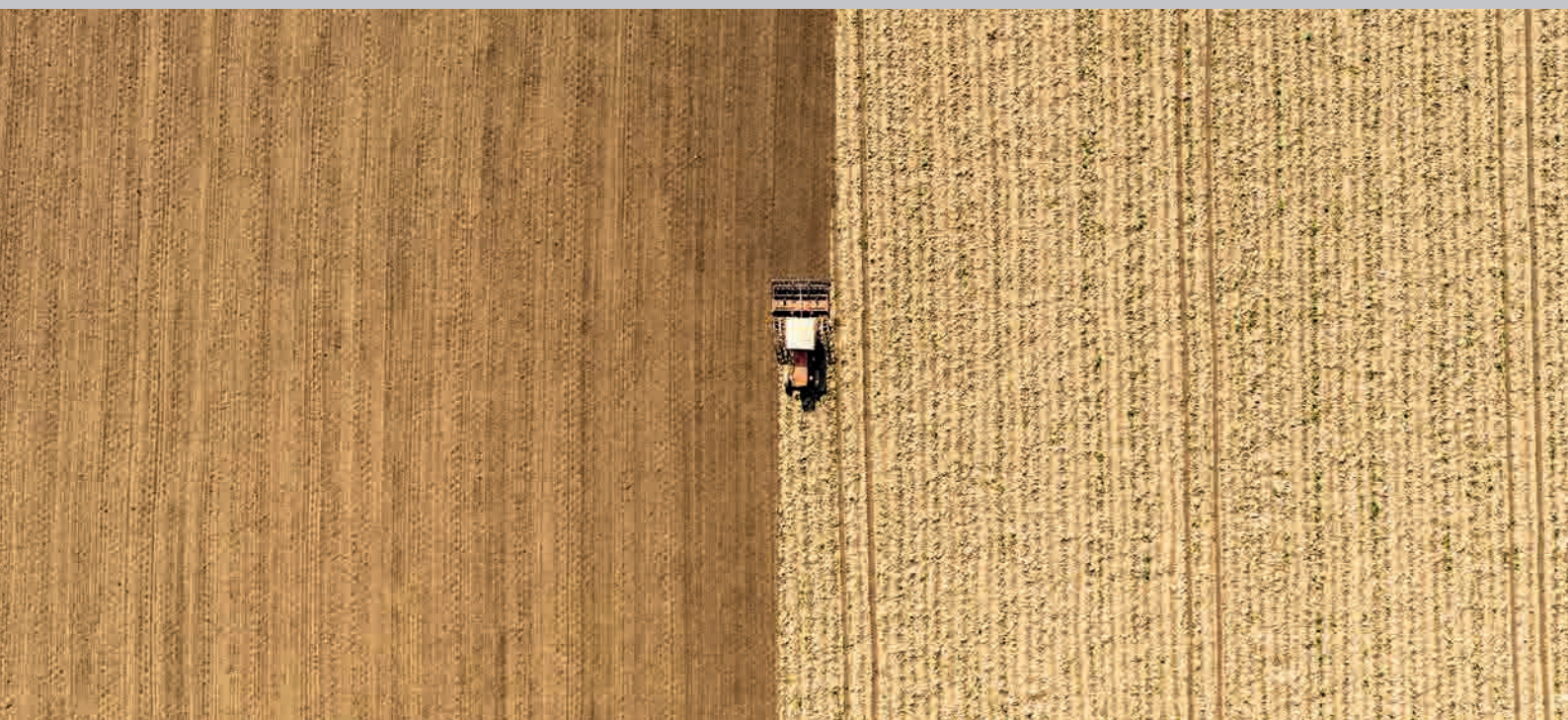
volta la quotazione media 2018 non dovrebbe discostarsi in maniera eccessiva rispetto agli ultimi due anni, continuando dunque a garantire una certa

2017 **VERONESI SI CONFERMA LEADER**

serenità agli allevatori. La posizione di leadership del marchio Veronesi si conferma anche per il 2017, seppure con una produzione complessiva

leggermente inferiore all'anno precedente, consolidatasi comunque ad un livello di poco inferiore ai 3.2 milioni di tonnellate.

Meno animali negli allevamenti significano meno bocche da sfamare e quindi minore produzione di mangime; cosa che avviene anche quando la professionalità dei nostri tecnici – interni ed esterni – favoriscono il miglioramento dell'efficienza produttiva, portando ad I.C.A. - indici di conversione alimentare – impensabili sino a pochi anni fa. Sono questi risultati che portano beneficio alla nostra filiera



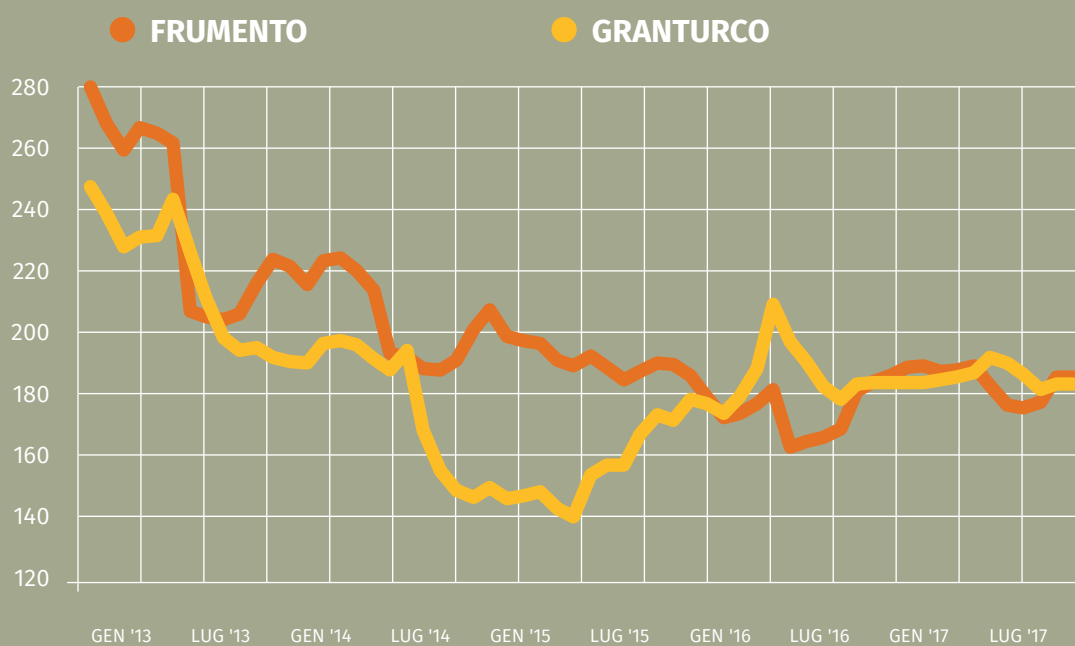
produttiva ma anche e soprattutto a tutta la clientela che sceglie Veronesi per poter disporre di mangimi già testati su migliaia o addirittura milioni di capi animali presenti nell'integrazione del Gruppo Veronesi. È anche grazie alla nostra esperienza trasferita ai clienti che il marchio Veronesi è leader in tutti i settori in cui è presente, con una quota di mercato che a livello globale supera il 25%, e con una posizione di primo player anche per le vendite a mercato libero,

con oltre 4 punti percentuali di vantaggio sul primo competitor. Dalle vacche da latte al bovino da carne, dal suino ad ogni comparto dell'avicoltura, dal coniglio al pesce d'acqua dolce o di mare, non c'è settore di allevamento in cui il marchio Veronesi non sia protagonista, garantendo agli allevatori un costante supporto volto ad affrontare i mercati di sbocco, affiancandoli nella gestione della loro attività, dalla definizione della razione più equilibrata, all'impostazione più

moderna richiesta dal mercato, mettendo loro a disposizione le migliori professionalità in ogni comparto. È con lo stesso spirito che negli anni è aumentata significativamente la presenza dei nostri colori all'estero, dai Paesi più vicini a quelli dell'Est Europa o del Nord Africa. Il fatturato, che ha ormai superato abbondantemente i 20 milioni di euro, è in costante crescita, grazie al consolidarsi dei rapporti di collaborazione nell'ambito dell'acquacoltura sia marina che d'acqua dolce,



LISTINO MILANO CEREALI - Prezzi in €/ton



ma anche grazie allo sviluppo di linee di mangimi per il canale dei rurali. Oltre ai mangimi per pesci è infatti sempre più frequente trovare nelle rivendite di alcune aree europee i mangimi per polli, ovaiole o ruminanti marchiati VERONESI.

Un mercato sempre più internazionale quello di sbocco, così come è sempre più globale quello di origine delle materie prime. In entrata, così come in uscita, è sempre più strategica la gestione logistica delle merci, in un'ottica di efficienza, di qualità del servizio ma anche di rispetto dell'ambiente e sostenibilità dei mezzi utilizzati. Per questo ormai da anni, circa un terzo delle materie prime utilizzate nei nostri stabilimenti, vale a dire oltre 1 milione di tonnellate, non viaggia più su gomma, preferendo mezzi quali i treni o, per l'asse Nord Sud, anche le navi, lungo quella che è definita l'Autostrada del Mare. Nel 2017 si è consolidato poi l'utilizzo del cosiddetto treno

pesante, arricchitosi, grazie alla collaborazione con uno dei principali vettori ferroviari mondiali, di carri personalizzati gialloblu, attraverso i quali il marchio Veronesi corre lungo le vie ferrate italiane ed europee.

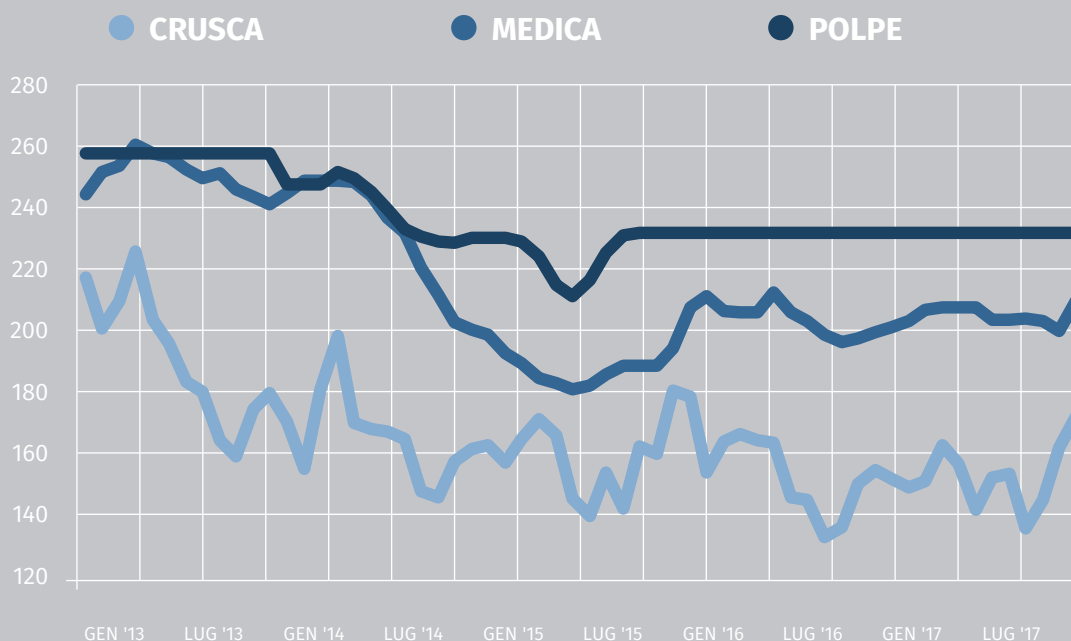
di abbattere del 70% le emissioni di ossido d'azoto, del 99% quelle di particolato (Pm) e del 15% le emissioni di CO₂ rispetto ad un diesel equivalente. Perché il nostro nuovo obiettivo è quello di arrivare ad un risparmio di più di 20 milioni di kg di CO₂.

GESTIONE LOGISTICA EFFICIENTE E SOSTENIBILE

E non ci fermiamo qui, perché l'impatto ambientale che cerchiamo anno dopo anno di ridurre con l'utilizzo di mezzi alternativi, ci spinge a spostare l'attenzione di nuovo verso i camion, ai quali non possiamo rinunciare per raggiungere i nostri clienti. E allora è iniziata la fase di test, con l'utilizzo di mezzi alimentati con metano liquido. L'obiettivo è di valutarne le prestazioni, consapevoli che si tratta di mezzi che consentono



LISTINO MILANO COPRODOTTI - Prezzi in €/ton





“

Una distribuzione capillare che permette ai prodotti di essere sui punti vendita di tutta Italia a poche ore dalla produzione.

10 | ORGANIZZAZIONE LOGISTICA



PIATTAFORME CENTRALI

SAN MARTINO, QUADRANTE EUROPA (VR), CASELLE (VR), ISOLA RIZZA (VR), NOGAROLE (VR), MAGRETA (MO)

CENTRI DI DISTRIBUZIONE IN GESTIONE DIRETTA

CEDI ROMA, CEDI TERMOLI, CEDI NOLA, CEDI BARI, CEDI CATANIA, CEDI OLBIA

TRANSIT POINT

TP IMPERIA, TP TORINO, TP COMO, TP CASTELLETTO TICINO, TP TRENTO, TP TRENTO BERTI, TP BOLZANO, TP UDINE, TP TRIESTE, TP FORLÌ,

TP FROSINONE, TP ATENA LUCANA, TP TARANTO, TP CASTROVILLARI, TP LAMEZIA TERME, TP LOCRI, TP PALERMO, TP AGRIGENTO, TP RAGUSA, TP CAGLIARI

TP MILANO, TP CREMONA, TP VERONA, TP VICENZA, TP TREVISO, TP GENOVA, TP MAGRETA, TP FIRENZE, TP ASSISI, TP CIVITANOVA MARCHE, TP LECCE



“

Fiducia, rispetto e reputazione sono alla base di un dialogo trasparente e costruttivo con gli stakeholder.

11 | SOSTENIBILITÀ

Il Gruppo è consapevole di avere un ruolo importante nella società in cui opera e di cui è espressione; per questo lavora con l'obiettivo di creare valore condiviso per tutti i portatori di interesse dell'azienda.

STAKEHOLDER DEL GRUPPO E ANALISI DI MATERIALITÀ

Il Gruppo Veronesi riconosce l'importanza di creare un dialogo trasparente e costruttivo con tutti coloro che partecipano alla vita dell'organizzazione. Il Gruppo crea valore in una

prospettiva di sviluppo sostenibile e tutela dell'ambiente. Con questa consapevolezza, ha avviato un processo di analisi di materialità volto ad identificare gli ambiti di maggior interesse allo

stesso tempo per lo sviluppo del business aziendale e la creazione di valore per gli stakeholder, in una prospettiva di sostenibilità di medio - lungo termine.





ANALISI DI MATERIALITÀ

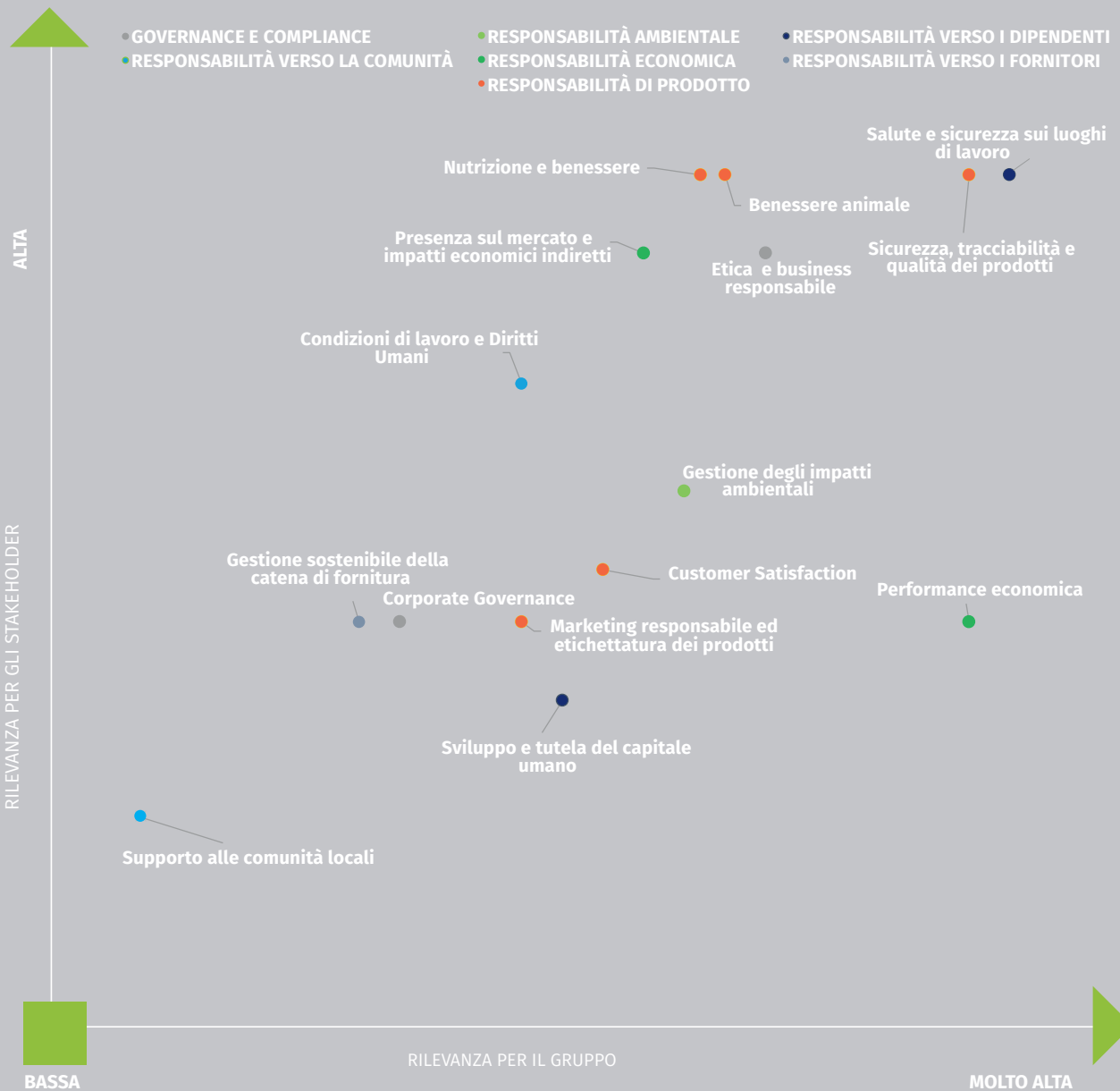
L'analisi di materialità ha permesso di individuare le tematiche principali che impattano in maniera rilevante dal punto di vista economico, sociale ed ambientale sulle attività del Gruppo, influenzandone le valutazioni e le decisioni nei confronti degli stakeholder.

L'analisi di materialità ha previsto inizialmente l'identificazione di una lista di possibili topic da sottoporre a valutazione, sulla base di:

- analisi degli impatti del Gruppo Veronesi
- benchmark con operatori comparabili
- linee guida e standard di

rendicontazione.

La lista dei temi è stata successivamente sottoposta ad un'analisi interna con l'obiettivo di individuare la rilevanza di ogni tematica secondo il punto di vista del Gruppo Veronesi e quello dei suoi stakeholder. Il risultato finale è la matrice di materialità di seguito riportata.





“

Siamo presenti in ogni fase della filiera e possiamo garantire alimenti sani, sicuri e di grande qualità.

UNA FILIERA INTEGRATA DI QUALITÀ

Uno dei maggiori vantaggi competitivi del Gruppo Veronesi è il controllo completo della filiera, grazie ad una lunga esperienza che consente di gestire direttamente la qualità in tutte le fasi produttive, dalla selezione delle materie prime fino alla distribuzione dei prodotti finiti. Dal campo alla tavola il Gruppo lavora con un sistema di gestione qualità che prevede

scrupolosi controlli e permette la completa tracciabilità delle produzioni. Questo consente di raggiungere altissimi livelli di qualità, di sicurezza alimentare ed un continuo miglioramento degli standard; allo stesso tempo permette di identificare e registrare tutte le attività rilevanti della filiera (di ogni prodotto è possibile infatti conoscere e ricostruire la storia).



LA ZOOTECNIA

La produzione dei mangimi segue un sistema di gestione qualità sviluppato secondo i requisiti della Norma ISO 9001/2015, che è alla base delle attività e guida le politiche per assicurare la qualità e la sicurezza alimentare nel primo anello della filiera integrata.

Il sistema fornisce indicazioni chiare, coinvolge tutte le funzioni aziendali e si estende a considerare il contesto in cui l'azienda opera e che a vario titolo può influenzare le produzioni anche dal punto di vista della sostenibilità: si valutano diversi elementi come ad esempio i cambiamenti climatici, la disponibilità delle materie

prime, le abitudini alimentari e si considerano tutti i requisiti delle parti interessate rilevanti.

LA QUALITÀ DEI MANGIMI

- **400.000 CAMPIONAMENTI** all'anno su materie prime, prodotti finiti e processo
- **252.000 PARAMETRI MISURATI/ANNO**
- **20 PERSONE** dedicate al controllo della qualità
- **ELEVATA AUTOMAZIONE** degli impianti



Tutto ha inizio con l'acquisto delle materie prime necessarie alla formulazione dei mangimi: queste vengono controllate prima di essere miscelate e confezionate all'interno degli stabilimenti. I controlli iniziano a monte e coinvolgono i fornitori attraverso apposite attività di audit che prevedono:

- il campionamento dei magazzini di stoccaggio dei cereali
- il rispetto degli Standard di Qualità, Salute e Sicurezza durante le fasi di carico e scarico di treni e navi
- la verifica di conformità dei diversi lotti acquistati alle specifiche previste dai contratti

di fornitura e ai parametri di sicurezza alimentare.

Le materie prime vengono così validate nei laboratori interni ancor prima di essere scaricate verificandone anche il rispetto dei parametri contrattuali per il contenuto di proteine, amido, fibre. Solo quelle che rispettano gli standard vengono così ammesse alla produzione.

Durante il processo produttivo infine vengono effettuati numerosi controlli:

- in linea, per gli aspetti fisici delle produzioni e grazie a controlli automatici di processo come la pesata automatica degli ingredienti o misure di

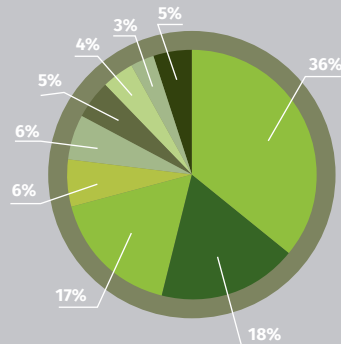
temperatura

- in laboratorio, grazie a campionamenti e analisi costanti basati su una rigida pianificazione

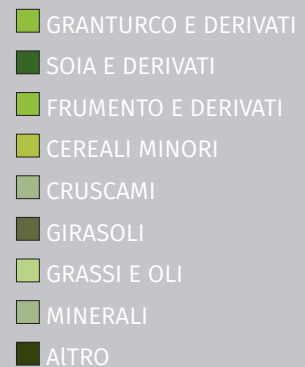
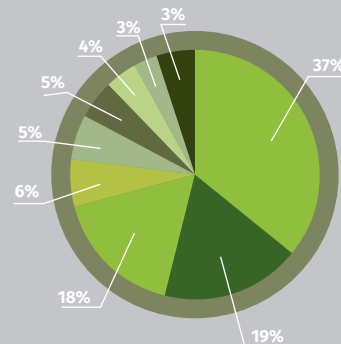
Il controllo qualità nella zootecnia è particolarmente importante anche per garantire che i mangimi abbiano il corretto apporto nutrizionale, seguendo la composizione delle ricette studiate da nutrizionisti specializzati nell'alimentazione animale: esiste infatti un "piatto bilanciato" per gli animali, formulato in base all'età, la specie e la tipologia di allevamento.

RIPARTIZIONE % DELLE PRINCIPALI MATERIE PRIME DELL'AREA ZOOTECNICA

2017

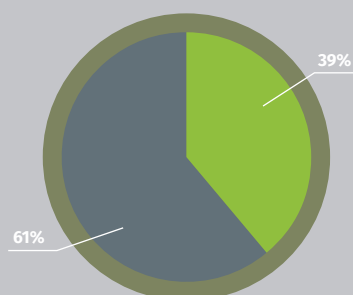


2016

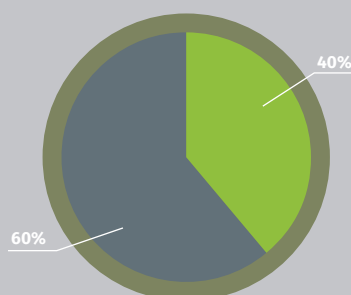


PROVENIENZA DELLE MATERIE PRIME ACQUISTATE DAL GRUPPO

2017



2016



Il 94% della materie prime proviene da fornitori certificati secondo schemi volontari che garantiscono elevati standard di qualità e sicurezza alimentare: è infatti questo un requisito necessario per poter lavorare con il Gruppo.

I mangimi sono destinati agli allevamenti della filiera o venduti a clienti del mercato libero in Italia e all'estero in 20 Paesi, attraverso lo storico brand "Veronesi" nato nel 1958.

Il Gruppo è oggi uno dei maggiori produttori europei di mangimi per animali, 1° in Italia, 8° in Europa, 35° nel mondo. Oltre ai prodotti destinati per l'allevamento l'area zootecnica è presente inoltre in altri settori tra i più rilevanti si segnala l'acquacoltura italiana e internazionale con la produzione di mangimi ad alto valore dedicati per pesci sia d'acqua dolce che salata.

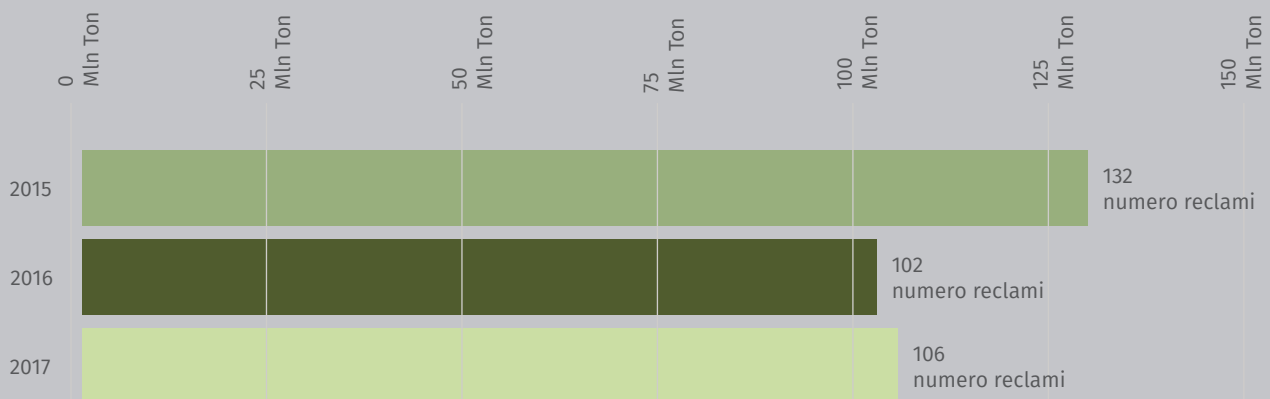
IL DTP 112

E LA SOSTENIBILITÀ DI SOIA E MAIS

Il Gruppo in collaborazione con l'Ente di Certificazione CSQA ha sviluppato un apposito Disciplinare Tecnico Produttivo di Sostenibilità, - il DTP 112 - che definisce gli standard di acquisto per le materie prime utilizzate per la realizzazione del mangime. Il DTP 112 è basato sui tre pilastri fondamentali della sostenibilità: economica, ambientale e sociale. Lo standard, prevede diversi indicatori che monitorano in

particolare la sostenibilità delle coltivazioni di origine, l'assenza di OGM, la gestione dei contaminanti, la rintracciabilità, la sicurezza sui luoghi di lavoro, i contratti di lavoro, il riconoscimento del prezzo equo agli agricoltori. Complessivamente, circa il 10% del volume delle materie prime acquistate è certificato secondo il DTP 112 in particolare il 15% del volume di mais e il 20% del volume della soia.

CUSTOMER SATISFACTION E RAPPORTO CON I CLIENTI



IL GRAFICO RIPORTA IL NUMERO DI RECLAMI INSERITI A SISTEMA PER MILIONE DI TONNELLATE PRODOTTE.

La situazione rilevata conferma il progressivo miglioramento osservato nel 2016.

Guardando alle motivazioni registrate si osserva un sostanziale consolidamento negli ultimi anni con due motivazioni maggiormente ricorrenti:

- **Aspetto Fisico dei mangimi (presenza di polvere, colore, granulometria)**
- **Consegna in allevamento (Errori di consegna, errori di scarico, disservizi durante le operazioni di scarico)**
- **Scarsa appetibilità del mangime**

Per il 2018 il Gruppo si pone l'obiettivo di ridurre ulteriormente l'incidenza di questi reclami.

INNOVAZIONE NELLA SUPPLY CHAIN

Per garantire una sempre maggiore trasparenza e tracciabilità delle materie prime il Gruppo sta sviluppando un apposito sistema di identificazione delle materie prime, attraverso un codice a barre (GTIN code) che

consentirà di avere un codice unico fornitore e prodotto, e ulteriori informazioni relative al lotto e alla data di conservazione minima.

GLI INCUBATOI

Il Gruppo è dotato di quattro incubatoi dove avviene lo sviluppo delle uova fecondate, attraverso un costante e attento controllo dei parametri di umidità,

temperatura e ventilazione, e nel pieno rispetto delle norme igienico-sanitarie e del benessere animale.

**79 TECNICI
PER ALLEVAMENTI
PIÙ SOSTENIBILI**

GLI ALLEVAMENTI

Gli allevamenti sono dislocati prevalentemente sul territorio della Pianura Padana (troviamo alcuni siti nel sud Italia dedicati anche a progetti speciali).

Il Gruppo può contare su un team di 79 tecnici che lavorano insieme agli allevatori per una gestione sempre più sostenibile degli allevamenti: il quotidiano contatto tra tecnici, veterinari ed allevatori infatti consente un percorso di miglioramento costante, con il raggiungimento di elevati standard di allevamento e di obiettivi importanti come, ad esempio, la continua riduzione dell'utilizzo del farmaco a scopo terapeutico.

Il Gruppo Veronesi è da sempre impegnato in attività di formazione e collaborazione con gli allevatori anche attraverso iniziative specifiche e mirate. Una di queste è il premio "Miglior Allevatore dell'anno", nato dalla collaborazione con Unitalia ed Altroconsumo. Sono tre gli allevatori del Gruppo Veronesi che sono stati premiati nelle categorie «sostenibilità ambientale» e «benessere animale».



IL BENESSERE ANIMALE **SECONDO VERONESI**

Per il Gruppo Veronesi il benessere animale significa mettere gli animali al centro di ogni cura ed interesse ponendo il massimo rispetto in ogni fase della loro vita. Il rispetto degli animali è da sempre un valore primario. Ogni giorno il Gruppo si impegna con migliaia di allevatori per assicurare la salute degli animali custodendoli in modo responsabile.

L'impegno dell'azienda e la passione degli allevatori hanno permesso di raggiungere negli anni elevati livelli di benessere per gli animali, a partire dall'allevamento. Da sempre il Gruppo Veronesi considera fondamentali per il mantenimento delle migliori condizioni di salute degli animali la ricerca e l'applicazione delle più elevate misure di biosicurezza in allevamento.

Per questo all'interno della struttura organizzativa sono state individuate delle figure professionali dedicate, dei Responsabili del Benessere Animale specifici per le fasi di allevamento e produzione.

IL GRUPPO VERONESI RICONOSCE IL CRITERIO DELLE 5 LIBERTÀ PER LA TUTELA DEL BENESSERE ANIMALE:

- libertà di potersi alimentare in modo corretto e di soddisfare sempre il bisogno di bere e di nutrirsi
- libertà di avere un ambiente fisico adeguato
- libertà di avere una cura adeguata in caso di malattia
- libertà di vivere in condizioni che li preservino dal provare stress o paura
- libertà di poter manifestare le caratteristiche comportamentali proprie della specie di appartenenza.



SOSTENIBILITÀ **NELLA FILIERA AVICOLA**

Il Gruppo è impegnato nella continua riduzione dell'utilizzo dei farmaci a scopo terapeutico, anche attraverso l'adesione al Piano Nazionale di Riduzione del Farmaco per la produzione di polli e tacchini in collaborazione con Unaitalia ed il Ministero della Salute. Da oltre 50 anni, i polli vivono a terra, liberi di muoversi, crescono naturalmente, senza l'utilizzo di promotori della crescita, in una filiera integrata, dal mangime al prodotto finito.

INIZIATIVA TIERWOHL

È un'iniziativa partita in collaborazione tra lo standard di certificazione QS e i retailer tedeschi che riguarda il miglioramento del benessere animale in allevamento. Gli elementi distintivi, rispetto alla certificazione QS, sono un maggior spazio

per gli animali e la disponibilità di materiale di distrazione in allevamento. Gli indicatori di benessere vengono verificati direttamente in allevamento e presso la stabilimento di produzione.

POLLO “ORO NATURA” :

Nel 2017 Il Gruppo dedica alcuni dei suoi allevamenti al progetto “Oro Natura”. Un progetto che incontra le esigenze dei consumatori più attenti a un maggior benessere animale e alla sostenibilità. Negli allevamenti Oro Natura tutti i polli

- crescono senza uso di antibiotici, fin dalla nascita
- sono alimentati con mangimi vegetali e senza OGM
- hanno più spazio per muoversi
- sono allevati alla luce naturale
- possono interagire con elementi come balle di fieno o paglia
- sono allevati a terra a contatto con elementi naturali come paglia e trucioli di legno
- appartengono ad una filiera di allevamento 100% tutta italiana.

Tutti requisiti certificati secondo il disciplinare approvato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.



SOSTENIBILITÀ **NELLA FILIERA DI SUINO**

CERTIFICAZIONE DI 2 FILIERE AIA

Nel 2017 il Gruppo Veronesi ottiene due certificazioni CSQA per la filiera di suino “Suino italiano Filiera Benessere in allevamento ed uso responsabile del farmaco” e “Suino allevato senza uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni”. Il disciplinare oggetto di certificazione relativo “Filiera Benessere” stabilisce alcuni requisiti non previsti dalle norme cogenti e del tutto volontari come ad esempio: gestazione libera delle scrofe, illuminazione naturale, divieto del taglio degli incisivi, pavimentazione piena libera o su paglia, allevamento tutto pieno o tutto vuoto per eliminare le problematiche sanitarie tra gruppi differenti di animali nello stesso allevamento. Per la seconda certificazione il requisito in oggetto riguarda il divieto di somministrazione del farmaco negli ultimi 120 giorni.

SVEZZAMENTO DEI SUINI SU PAGLIA

Grazie a questo progetto alcuni allevamenti sono caratterizzati da una pavimentazione piena, senza fessure, sulla quale viene steso uno strato di paglia. Il suinetto, oltre alla paglia, può godere della presenza di ulteriori elementi manipolabili e di gioco che permettono all'animale di distrarsi e di manifestare le naturali dinamiche di gruppo della specie con ulteriori benefici dovuti alla riduzione della densità degli allevamenti.

SALE PARTO LIBERE

Il Gruppo ha predisposto alcune sale parto dove la scrofa ha a disposizione uno spazio maggiore con l'obiettivo di garantire un contatto più attivo con la propria madre nel pieno rispetto delle caratteristiche comportamentali degli animali.





IL BENESSERE ANIMALE **IL TRASPORTO**

L'attenzione al benessere animale non si limita alla sola attività di allevamento, ma comprende anche tutte le pratiche relative al carico, trasporto e deposito degli animali verso i macelli. Il Gruppo Veronesi è sensibile al rispetto degli animali operando e vigilando le diverse attività tramite procedure che includono:

- il carico dei polli, dei tacchini e dei suini
- la valutazione del benessere durante il trasporto, tramite l'adozione di procedure e linee guida
- il monitoraggio degli animali durante il trasporto .

L'ECCELLENZA NELLA LAVORAZIONE DEI PRODOTTI

Il Gruppo è dotato di sedici siti di trasformazione suddivisi e specializzati nella lavorazione di carni fresche, carni elaborate crude, carni elaborate cotte, salumi e salumi affettati, uova e prodotti a base d'uovo.

Tutti gli stabilimenti produttivi utilizzano tecnologie all'avanguardia

grazie ai continui investimenti che permettono al Gruppo di raggiungere i massimi livelli di sicurezza alimentare e di qualità per i propri prodotti.

La tecnologia unita alle competenze dei collaboratori consente infatti il rispetto dei più alti standard nella lavorazione e nel confezionamento

dei prodotti; l'attenta selezione dei migliori suini allevati dal Gruppo è poi la base per ottenere i più grandi salumi della tradizione italiana che vengono lavorati nei siti di Daniel, di Zibello, di Cremona e di Tizzano Val di Parma.

LA QUALITÀ NELLA LAVORAZIONE DEI PRODOTTI

- 130.000 esami all'anno su materie prime, prodotti finiti e processo
- 345.350 parametri analitici/anno
- 60 persone dedicate al controllo della qualità
- più di 50 Audit presso i fornitori
- 1077 richieste gestite dal Servizio Consumatori.

Nell'ambito della produzione degli alimenti il Gruppo ha adottato lo strumento dell'HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point), secondo i requisiti del Codex Alimentarius, recependo in tal modo la raccomandazione presente all'interno del Regolamento Europeo sull'igiene dei prodotti alimentari.

Questa metodologia è inserita in un vero e proprio sistema di gestione qualità con l'obiettivo di assicurare la massima sicurezza alimentare dei processi produttivi.

Sono numerose le procedure codificate nell'ambito del sistema e riguardano una molteplicità di aspetti che spaziano dalla pulizia e sanificazione alla manutenzione delle strutture e degli impianti,

dalla formazione del personale alle valutazioni delle materie prime e dei prodotti finiti.

Il Sistema di Gestione Qualità Veronesi prende ispirazione dal "ciclo di Deming" e quindi dal metodo basato sull'assioma "Plan- Do- Check- Act" e ispirato a un principio di miglioramento continuo. In questo contesto, una parte significativa del modello aziendale è dedicata alla fase di continua verifica (Check) del sistema stesso sia tramite una funzione centralizzata e dedicata di "assicurazione qualità" sia tramite un sistema capillare di "controllo qualità", presente in tutti i siti produttivi.

Prima di arrivare nelle tavole dei consumatori i prodotti vengono

TRASPARENZA E DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER ESTERNI

Ogni anno, gli stabilimenti aziendali vengono visitati da vari portatori di interesse per finalità commerciali e di verifica: **nel 2017 sono state effettuate ben 151 visite per un totale di 186 giornate.**

infine sottoposti a test organolettici e prove di shelf life: un'altra importante attività che ha lo scopo di assicurare l'eccellenza dei prodotti e verificare in modo oggettivo i miglioramenti delle ricette.

PANEL TEST INTERNI

Nel corso del 2017 sono stati effettuati 28 panel test su diverse ricette, eseguiti da giudici opportunamente formati.

1 Regolamento (CE) N. 852/2004 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sull'igiene dei prodotti alimentari.

2 Il ciclo di Deming è un metodo di gestione, suddiviso in quattro fasi, utilizzato per il controllo e il miglioramento continuo della qualità dei processi e dei prodotti. Le fasi di cui si compone sono: 1) Plan: pianificazione prima di iniziare; 2) Do: fare ciò che si è deciso; 3) Check: misurare i risultati; 4) Act: standardizzare e ripetere un nuovo ciclo, con l'obiettivo di miglioramento continuo.

SERVIZIO CONSUMATORI

Il Gruppo ha attivo infine il Servizio Consumatori dedicato e diretto, con l'obiettivo di gestire in maniera efficace tutte le segnalazioni dei clienti e dei consumatori: le richieste pervenute vengono infatti

condivise internamente e analizzate coinvolgendo gli enti interni per poi arrivare ad una risposta puntuale. Le segnalazioni vengono riportate in un report periodico e considerate un indicatore importante per la

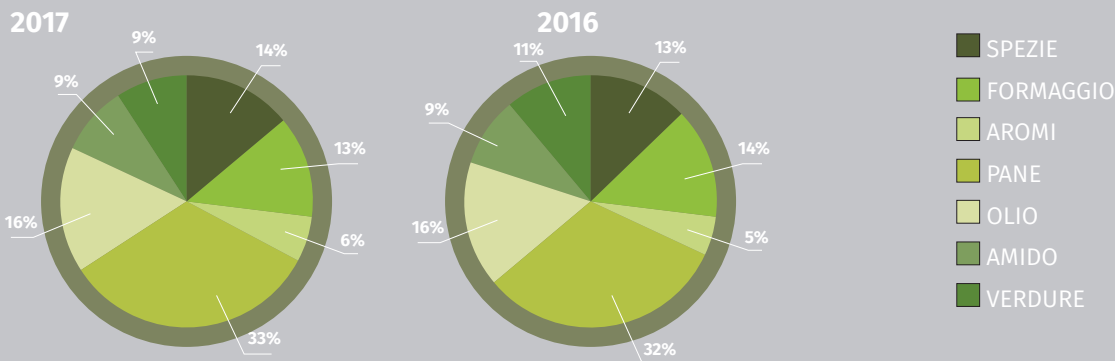
qualità, il miglioramento continuo e la soddisfazione dei clienti e consumatori.

SICUREZZA E TRACCIABILITÀ: INGREDIENTI E ALTRE MATERIE PRIME

Il Gruppo acquista diversi ingredienti per preparare i prodotti elaborati, privilegiando, dove possibile, l'acquisto di prodotti Italiani. In particolare l'olio e le verdure utilizzate sono 100% italiane.

Il Gruppo, è da sempre impegnato in attività di Audit e controllo sui fornitori degli ingredienti privilegiando la scelta di fornitori in grado di assicurare i più alti standard qualitativi a beneficio della salute e della sicurezza del consumatore.

RIPARTIZIONE % DEI PRINCIPALI INGREDIENTI ACQUISTATI



MATERIE PRIME PACKAGING

Il Gruppo si impegna nella riduzione degli impatti ambientali ponendo particolare attenzione ai materiali impiegati nelle confezioni. Le principali materie prime acquistate per il packaging sono la carta e la plastica: la carta incide per

il 70% del totale di materiali mentre la plastica per il rimanente 30%. Il Gruppo si impegna a privilegiare dove possibile l'utilizzo di materiale riciclato nel rispetto della normativa vigente in materia di packaging alimentare.

Per i materiali d'imballo a contatto con l'alimento non è utilizzato materiale riciclato mentre, per gli imballi esterni (principalmente i cartoni), si cerca di utilizzare materiale riciclato.



39,1 NON RICICLATO
60,9 RICICLATO



96,4 NON RICICLATO
3,60 RICICLATO



PRINCIPALI CERTIFICAZIONI

Ad ulteriore garanzia della validità dei nostri sistemi interni di gestione qualità, il Gruppo ha aderito volontariamente ai più importanti schemi di certificazione qualità predisposti da enti esterni indipendenti e riconosciuti a livello internazionale.

Gli stabilimenti dei salumi, interessati all'esportazione di prodotti ad alto valore, hanno anche ottenuto l'autorizzazione da parte delle agenzie ufficiali di controllo di quei Paesi che richiedono norme di produzione ulteriori e diverse da quelle stabilite dall'Unione Europea come ad esempio gli Stati Uniti d'America, Canada, Giappone, Federazione Russa e Repubblica Popolare Cinese.

CERTIFICAZIONI

ISO

- Sistema di rintracciabilità della filiera alimentare e mangimistica:
ISO 22005:2008 Certified
- Sistema Gestione Qualità:
ISO 9001:2015 Certified
- Sicurezza alimentare /HACCP ISO 22000:2005 Certified
- Rintracciabilità di prodotto
ISO 22005 Certified

VLOG OHNE GENTECHNIK

- Alimentazione priva di OGM

ALTRE CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO

- Certificazione di prodotti da Agricoltura biologica
- Certificazione Halal
- Certificazione "spiga barrata" dell'Associazione Italiana Celiachia
- Disciplinare di etichettatura carni avicole



German QS



VLOG "ohne Gentechnik" Standard



Global Gap



ASC



ISO 14001



**BRC
Global Standard for Food Safety**



TIERWOHL



**SEDEX
(SMETA)**



LA DISTRIBUZIONE

La distribuzione dei prodotti avviene grazie ad una moderna flotta su gomma, dotata di 1.200 mezzi, in grado di raggiungere i punti vendita in poche ore in Italia e all'estero. La distribuzione è capillare grazie ad una logica distributiva che permette ai prodotti di essere sui punti vendita di tutta Italia a poche ore dalla produzione: 18.000 consegne effettuate ogni giorno per garantire al consumatore il massimo della freschezza nel rispetto scrupoloso della catena del freddo. Ogni giorno vengono toccate 4.877 località tra Italia ed estero entro un raggio di 1.200 km, percorrendo circa 230.000 km.

Il Gruppo lavora costantemente per migliorare l'ottimizzazione dei carichi e delle tratte; grazie alla gestione efficace ed efficiente della filiera logistica la saturazione dei mezzi è migliorata del 6% negli ultimi tre anni.

Punto di forza sono i 38 centri di distribuzione dislocati su tutto il territorio nazionale che vengono serviti giornalmente ed, in alcuni casi, più volte al giorno dalle 6 piattaforme centrali.





LA RETE DI LABORATORI DEL GRUPPO

Il Gruppo può contare su una rete di laboratori di analisi di proprietà e all'avanguardia tra loro interconnessi ed in grado di scambiarsi campioni, informazioni e rapporti di prova.

Ogni stabilimento produttivo di mangimi può contare su un laboratorio di controllo qualità annesso che esegue numerosi controlli di accettazione materie prime, controllo per il rilascio dei prodotti finiti, controlli di processo e la raccolta di campioni da inviare ai laboratori centrali interni o a strutture esterne per le analisi più complesse.

Il Gruppo ha investito in due importanti poli interni di analisi e ricerca:

- il laboratorio centrale di Microbiologia degli Alimenti e Diagnostica, accreditato e in grado di eseguire tutte le analisi microbiologiche richieste per garantire la sicurezza alimentare e l'eccellenza dei prodotti. Il reparto di Diagnostica poi consente il monitoraggio e la verifica di tutti i parametri che garantiscono il raggiungimento di alti standard di salute e benessere degli animali

- il Laboratorio centrale di Chimica, di recente costruzione ed in grado di eseguire una serie di analisi chimiche per via umida e strumentali con le più moderne tecniche analitiche ad oggi disponibili.

Il Gruppo è dotato di un apposito sistema informatico aziendale che raccoglie i risultati di tutte le analisi chimiche svolte (comprese quelle che vengono svolte dai laboratori esterni): questo consente di rendere disponibili e facilmente consultabili tutti i risultati, attraverso un apposito applicativo accessibile a tutti gli operatori abilitati.



“

Creiamo valore attraverso la continua valorizzazione dei nostri marchi.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

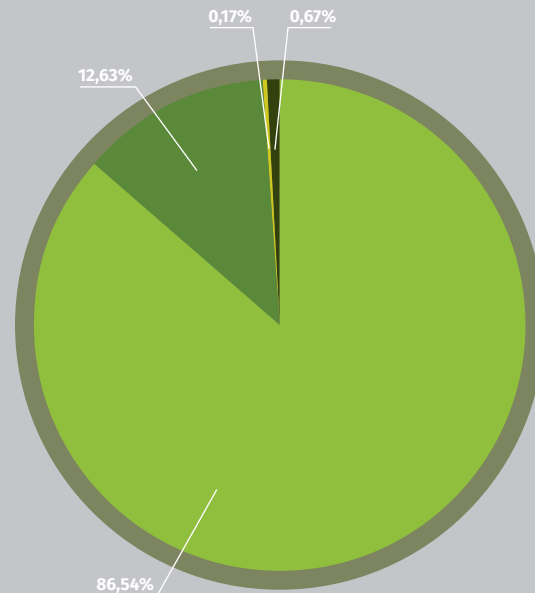
La creazione e distribuzione del valore per i propri stakeholder è un impegno costante del Gruppo Veronesi. Il valore economico rappresenta la ricchezza prodotta dal Gruppo distribuita e ripartita agli stakeholder con la seguente modalità: costi operativi riclassificati (principalmente

acquisti di materie prime e servizi), remunerazione del personale (remunerazione diretta costituita da salari, stipendi e TFR e remunerazione indiretta costituita dagli oneri sociali), remunerazione dei finanziatori (interessi passivi), remunerazione degli azionisti (dividendi

distribuiti), remunerazione della Pubblica Amministrazione, (totalità delle imposte pagate). Il valore trattenuto dal Gruppo Veronesi, è rappresentato dal risultato dell'esercizio al netto degli utili distribuiti agli azionisti.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO

- COSTI OPERATIVI RICLASSIFICATI
- REMUNERAZIONE DEL PERSONALE
- REMUNERAZIONE DEI FINANZIATORI
- REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



Il prospetto di determinazione e distribuzione del valore economico generato dal Gruppo Veronesi è stato realizzato sulla base delle voci presentate nello schema di conto economico. Il valore economico generato dal Gruppo Veronesi nel 2017, al netto dei costi riclassificati, ammonta a circa 2.857.500 migliaia di euro, in

crescita del 3% rispetto all'anno precedente. La maggior parte di questo valore è rappresentato dai costi operativi riclassificati per un totale di 2.472.598 migliaia di euro seguita dalla remunerazione del personale (circa 360.851 migliaia di euro). La remunerazione della Pubblica Amministrazione è risultata pari a circa 19.145 migliaia

di Euro, mentre la remunerazione ai finanziatori è risultata pari a 4.732 migliaia di euro. Il valore trattenuto in Azienda è stato pari a circa 145.019 migliaia di euro.



“

*Attenzione al territorio ed uso responsabile
delle risorse naturali.*

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

LA GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI⁵

Il Gruppo Veronesi è da sempre attento al rispetto del territorio ed all'uso responsabile delle risorse naturali. Tale impegno, trasversale rispetto alla totalità delle attività, si declina, ad esempio, in una ricerca continua dell'efficienza nei processi organizzativi e produttivi, senza mai tralasciare la salute e sicurezza dei collaboratori. Le prestazioni ambientali vengono costantemente monitorate e la filiera produttiva è controllata dal punto di vista dei consumi e dell'efficienza energetica.

L'attenzione del Gruppo al tema è stata formalizzata anche all'interno del Codice Etico che contiene una sezione dedicata all'ambiente con gli aspetti cardine cui si ispira. Per dare ulteriore forza e continuità all'impegno nella gestione degli impatti ambientali, nella logica del continuo miglioramento, è stato avviato un programma di certificazione per il sistema di gestione ambientale ISO 14001. Dopo l'ottenimento della Certificazione per il polo agroindustriale di San Martino

Buon Albergo (VR), nel 2011, di Nogarole Rocca (VR), nel 2014, anche le unità operative di Caselle di Sommacampagna e di Magreta nel 2015 hanno ottenuto il riconoscimento della certificazione del Sistema di Gestione Ambientale.

Nel 2017, infine, tutti i siti hanno superato la verifica ispettiva da parte di un ente accreditato e ottenuto il riconoscimento della certificazione di conformità ai requisiti della versione 2015 della Norma UNI EN ISO 14001. Nell'ambito della certificazione aggiornata, il Gruppo si è impegnato a contenere e ridurre gli impatti ambientali derivanti dai processi produttivi realizzati attraverso la raccolta differenziata dei rifiuti, l'innovazione tecnologica (con benefici per l'ambiente), la produzione e l'utilizzo di biomasse per la produzione di energia verde, a partire dagli scarti di produzione.

Il passaggio alla nuova versione della norma ha comportato, tra l'altro, l'introduzione di una

visione globale del sistema ed un'estensione della cultura della gestione e del monitoraggio delle relazioni con tutte le parti interessate, prevedendo un incremento della collaborazione con gli enti e le istituzioni, lo sviluppo di partnership con fornitori di beni e servizi che condividono gli obiettivi del Gruppo e l'implementazione di una vera e propria cultura di squadra tra tutti i soggetti coinvolti.

2

IMPIANTI FOTOVOLTAICI

5.000

CERTIFICATI VERDI

28.000

CERTIFICATI BIANCHI

- 9.500 ton

CO₂ RISPARMIATA



⁵ Il perimetro degli impatti ambientali è relativo alle sedi produttive del Gruppo (mangimifici, aziende agricole, incubatoi, macelli, salumifici e impianti di trasformazione alimentare).

PREMIAZIONE NELL'AMBITO DEL PROGETTO COOP INSIEME VERSO UN FUTURO SOSTENIBILE

AIA, leader di mercato, mette a disposizione le proprie competenze con i principali retailer italiani ed europei. Nell'ambito di queste collaborazioni nel 2017 ha ottenuto un riconoscimento da Coop Italia per il progetto "Coop insieme verso un futuro sostenibile" volto a sensibilizzare i fornitori sui temi della sostenibilità

Iniziato nel 2006 come un'iniziativa focalizzata sulle azioni di riduzione delle emissioni di CO₂, il progetto ha poi ampliato il contesto di riferimento includendo nell'analisi anche altre tematiche strettamente correlate alla sostenibilità:

l'energia, i consumi idrici, i rifiuti, l'utilizzo di materiali riciclati, le certificazioni adottate, riduzione degli scarti, etc. Nell'edizione 2017, AIA è risultata la prima fra più di 300 aziende valutate per la categoria "freschissimi carni" ad essersi distinta per le attività legate a queste tematiche: il punto di forza è risultato essere una filiera controllata dall'allevamento alla macellazione, lungo la quale ci si preoccupa, tra l'altro, del monitoraggio dei consumi, del recupero di calore, della riduzione dei volumi di fanghi da smaltire e del conseguente risparmio di combustibile.



CONSUMI ENERGETICI

La filiera è costantemente monitorata dal punto di vista dei consumi e dell'efficienza energetica. Nel corso dell'esercizio 2017 i consumi totali di energia del Gruppo si sono attestati a 3.319 TJ⁵ in lieve aumento (+1%) rispetto ai consumi dell'anno precedente.

Tali consumi sono composti in prevalenza da consumi diretti (combustibili e biogas utilizzati per alimentare le caldaie) per un totale di 1.918 TJ, in leggero aumento (+3%) rispetto all'esercizio 2016. La restante parte corrisponde ai consumi indiretti (energia elettrica), la quale presenta un consumo totale di 1.402 TJ (-1% rispetto all'anno precedente).

Le componenti principali di tali consumi sono: gas naturale per il 50% (1.818 TJ); energia elettrica per il 40% (1.402 TJ) e il

rimanente 10% deriva dal biogas da cogenerazione (408 TJ).

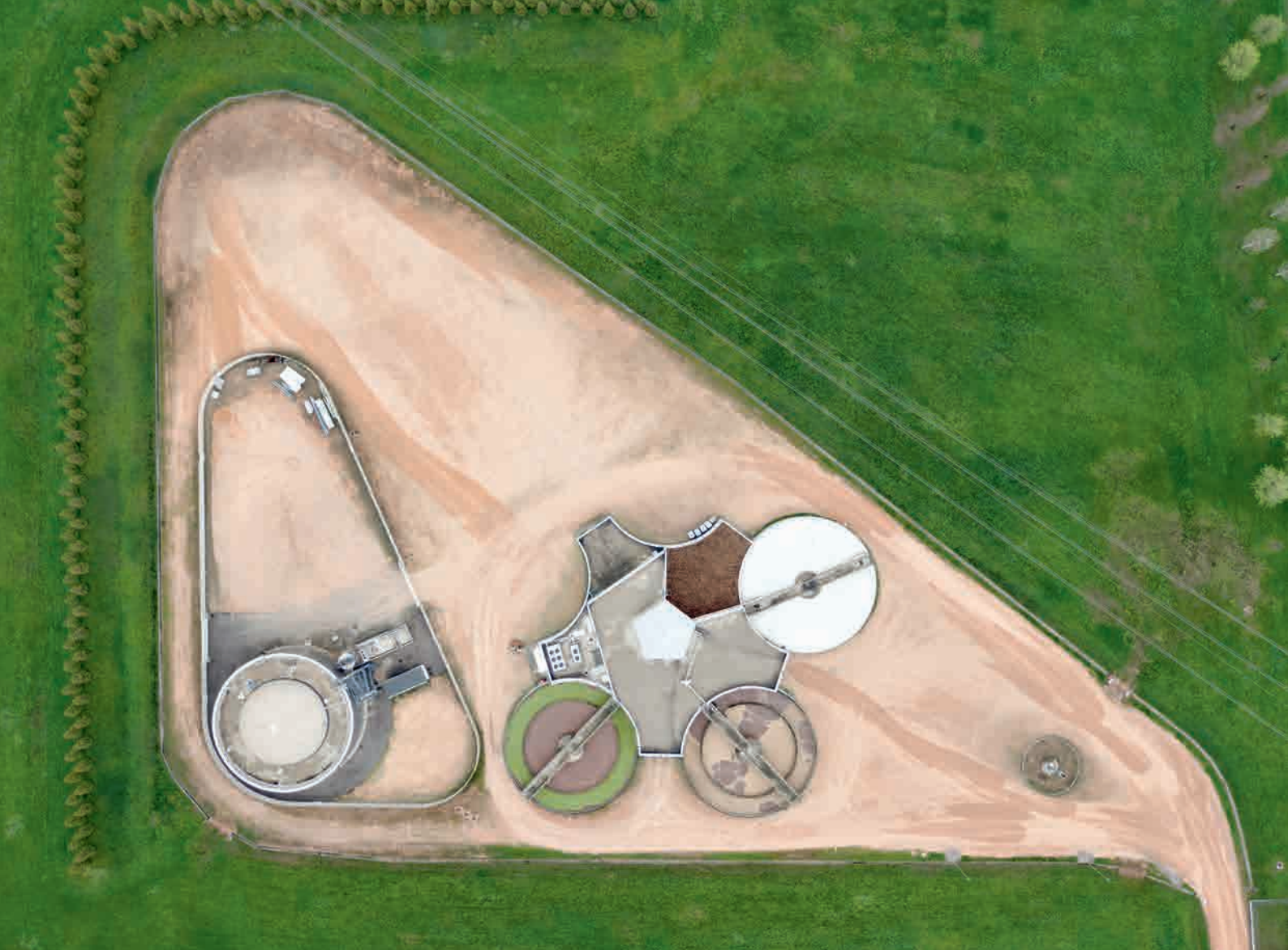
Le due principali fonti di emissione sono in linea rispetto all'esercizio precedente, con un minimo scostamento in diminuzione per energia elettrica (-1%) e in aumento per il gas naturale (+2%). Infine, è possibile osservare un notevole aumento (+68%) nella produzione di biogas da cogeneratore rispetto all'anno precedente.

Il Gruppo Veronesi è alla continua ricerca di nuovi interventi di efficienza energetica lungo tutta la filiera produttiva.

Relativamente all'Alimentare, grande attenzione viene posta alla produzione del freddo, fondamentale per la conservazione dei prodotti. In generale, si è lavorato per

ottimizzare l'impiego della potenza energetica in funzione delle effettive esigenze specifiche. Gli interventi più significativi hanno riguardato la realizzazione del prodotto, l'estrazione delle acque dai pozzi, la produzione di aria compressa e l'illuminazione artificiale. Numerosi gli interventi relativi ai mangimi, fra cui l'installazione di caldaie ad alto rendimento per la produzione di vapore e l'adozione di alcuni sistemi di macinazione a rulli, meno rumorosi, inquinanti ed energivori rispetto alla macinazione tradizionale.





PROGETTI DI RISPARMIO ENERGETICO

Il Gruppo partecipa al sistema dei Certificati Bianchi o Titoli di Efficienza Energetica (TEE) dal 2006 quando ha presentato il primo progetto di efficientamento energetico al Gestore dei Servizi

Energetici. Da allora sono stati presentati un totale di 14 progetti, di cui 11 risultati utili ai fini del rilascio di TEE. L'organizzazione ha conseguito complessivamente circa 28.000 certificati bianchi dal

2006.

Di seguito sono presentati alcuni progetti di efficientamento maggiormente significativi dal punto di vista energetico e tecnologico.

LA CENTRALE FRIGO PRESSO IL SITO DI MAGRETA

La centrale frigorifera oggetto di intervento è asservita alle attività di stabilimento e fornisce il freddo sia per i reparti produttivi, in cui è necessario mantenere determinate temperature in osservanza alla normativa, che per apparecchiature quali

tunnel di raffreddamento rapido e celle frigo. L'intervento di efficientamento ha visto la modifica di componenti tecniche e strutturali dell'impianto (ad esempio: la disposizione dell'impianto su più livelli, installazione di un

nuovo compressore, di nuovi scambiatori, un nuovo gruppo di pompe, inverter, un nuovo software di gestione della centrale, ecc.) ed ha consentito l'ottenimento, ad oggi, di 6.014 Titoli di Efficientamento Energetico.

IMPIANTI DI PRODUZIONE DI BIOGAS DA DIGESTIONE ANAEROBICA

In relazione agli interventi di ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse energetiche sono di grande rilevanza gli impianti di digestione anaerobica che producono Biogas attraverso gli scarti di lavorazione. Il Biogas viene, poi, utilizzato in impianti di produzione di energia elettrica attraverso la combustione in motore endotermico. Attualmente il Gruppo Veronesi utilizza 4 impianti di questo tipo.

Presso gli stabilimenti adibiti alla macellazione e trattamento di carni, la lavorazione comporta una produzione di reflui organici caratterizzati da forte presenza di quota organica. Quest'ultima, una volta separata dagli altri reflui, viene avviata ad un impianto di digestione anaerobica.

La digestione anaerobica è un processo prodotto da una comunità di colonie batteriche anaerobiche (fango attivo anaerobico) che formano un sistema stabile in grado di trasformare la sostanza organica in metano, anidride carbonica ed acqua.

La realizzazione di un impianto di trattamento biologico con annesso anello di digestione anaerobica consente di utilizzare il sistema di trattamento dei reflui di processo avicolo consolidato ed efficiente, che permette una depurazione ottimale con una riduzione drastica dei fanghi di supero attraverso l'immissione della biomassa costituita da grassi e proteine animali derivanti dalle lavorazioni avicole nell'impianto di trattamento anaerobico. Il biogas prodotto dall'impianto di digestione viene impiegato per la produzione di energia termica sotto forma di acqua calda all'interno di una caldaia in grado di utilizzare anche gas naturale per il proprio funzionamento. L'acqua calda prodotta viene utilizzata principalmente nel processo produttivo ed in minima parte al riscaldamento degli ambienti.

Questi impianti consentono una riduzione di consumo di Gas Naturale, ed un contenimento di emissioni di CO₂, infatti il biogas, essendo una fonte rinnovabile, corrisponde un fattore di emissione pari a zero.



L'IMPIANTO DI PRODUZIONE DI BIOGAS PRESSO NOGAROLE ROCCA

Uno degli impianti di produzione di Biogas attraverso scarti da lavorazione si trova presso lo stabilimento adibito alla macellazione e lavorazione di carni avicole di Nogarole Rocca (VR).

L'impianto di Nogarole Rocca riesce a produrre, in autonomia, una quantità di energia superiore al 14% di quella richiesta dallo stabilimento stesso. Una parte dell'energia prodotta viene, quindi, reimpressa e venduta alla

rete pubblica. L'impianto ha permesso di conseguire 5.227 Titoli di Efficiamento Energetico.

EMISSIONI IN ATMOSFERA

Nel corso del 2017, il Gruppo Veronesi ha prodotto 248.454 tonnellate di CO₂ equivalente, derivanti dai consumi di gas naturale, di energia elettrica e combustibili, in linea rispetto al 2016 con un aumento di circa il +0,3%.

In riferimento alle emissioni dirette (Scope 1), ovvero le

emissioni derivanti dai consumi di gas naturale, il dato 2017 risulta essere pari a 111.521 tonnellate di CO₂ equivalente in lieve aumento di circa +2% rispetto al 2016.

Le emissioni indirette (Scope 2) invece, derivanti dall'energia elettrica acquistata, sono state pari a 136.934 tonnellate di CO₂ equivalente sulla base del metodo

di calcolo "location-based" e pari a 183.456 tonnellate in riferimento al metodo di calcolo "market-based".

EMISSIONI DIRETTE, SCOPE 1, ED EMISSIONI INDIRETTE, SCOPE 2 (IN TONNELLATE DI CO₂EQ)



CONSUMI E SCARICHI IDRICI

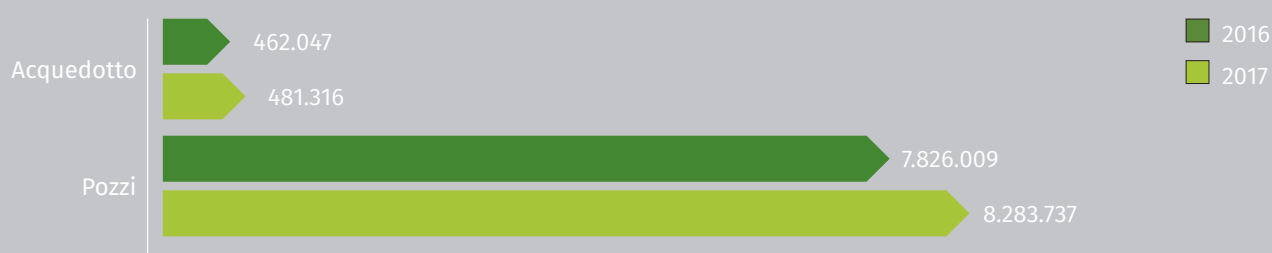
Le azioni del Gruppo nell'ottica del rispetto e dell'ottimizzazione delle risorse ambientali si concretizzano anche nell'utilizzo efficiente delle risorse idriche, con l'obiettivo di ridurre i consumi,

minimizzare gli sprechi e, ove possibile, usare sistemi di ricircolo dell'acqua già utilizzata.

Nel 2017, il prelievo idrico totale è stato pari a 8.765.053 m³ e proveniente principalmente dalla

rete di condotte dell'acquedotto civile e da pozzi. Il consumo globale di acqua è aumentato del 6% dal 2016 al 2017 a causa del caldo straordinario che ha caratterizzato l'anno.

CONFRONTO CONSUMI DI ACQUA (METRI CUBI)

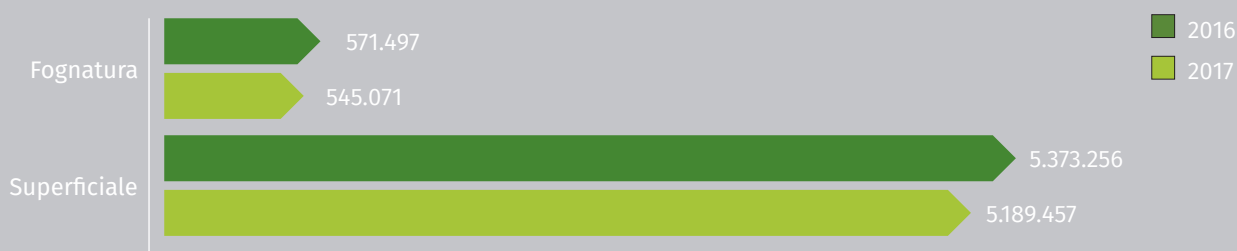


Rispetto alle pratiche di scarico delle acque reflue, il Gruppo si adopera per applicare le più avanzate tecniche di gestione, nel rispetto dell'ambiente e del territorio. Laddove sono presenti impianti di depurazione, sono svolti interventi di manutenzione continua e analisi periodiche

per il controllo della qualità dell'acqua di scarico. Tutte le acque reflue vengono restituite in fognatura o nelle acque superficiali (es. laghi, fiumi) a seguito di adeguato trattamento atto a riportare i livelli chimici, fisici e biologici entro i valori richiesti dalla normativa vigente

in materia (D.Lgs. 152/06). Gli scarichi totali registrati nel 2017 sono stati pari a 5.734.528 m³ di acqua, in diminuzione del -4% rispetto all'anno 2016.

SCARICHI IDRICI (METRI CUBI)

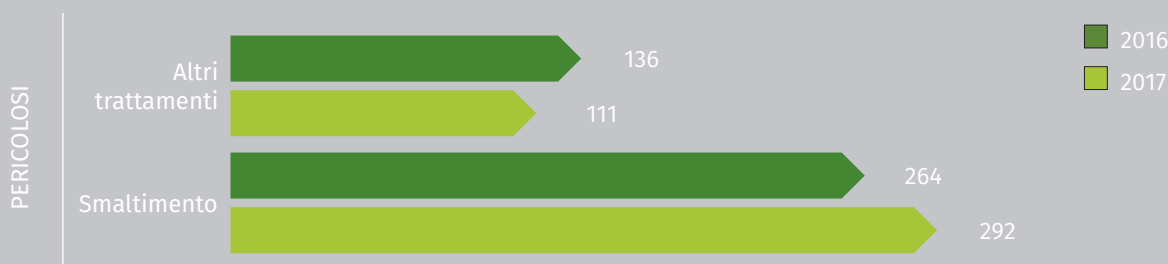


GESTIONE DEI RIFIUTI E DEI SOTTOPRODOTTI

Il Gruppo Veronesi è attento alle modalità di gestione e smaltimento dei rifiuti, in conformità alle normative vigenti e in virtù dell'impegno preso nell'ambito del sistema di gestione ambientale ISO 14001:2015.

I rifiuti totali prodotti ammontano a 42.461 tonnellate, di cui il 99% sono non pericolosi. Questi ultimi vengono in parte inviati a smaltimento (3.700 tonnellate) e per la maggior parte (38.761 tonnellate) destinati ad altre tipologie di trattamento

quali il riciclo, il compostaggio ed il recupero. I rifiuti pericolosi, 1% del totale, sono scrupolosamente gestiti in conformità alle disposizioni di legge in materia.





SOTTOPRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE

Il Gruppo dedica particolare attenzione alla gestione responsabile dei sottoprodotti di origine animale che si generano durante le fasi di lavorazione dei prodotti (SOA); il Gruppo, attenendosi scrupolosamente alle prescrizioni in materia, si impegna per la riduzione degli stessi e la loro valorizzazione

tramite vari utilizzi: in primis, opera un trattamento dei SOA tramite trasformazione in farine proteiche e grassi animali per uso mangimistico.

Come illustrato nella sezione relativa ai progetti di risparmio energetico, parte degli scarti organici della lavorazione delle carni vengono indirizzati agli

impianti di digestione anaerobica per la produzione di biogas, utilizzato poi per la produzione di energia.

I sottoprodotti di origine animale, si dividono in Cat.2 e Cat.3, di seguito vengono rappresentati i quantitativi e la relativa quota destinata al riutilizzo.

Sottoprodotti (Ton)	2017 sottoprodotti di origine animale		2016 sottoprodotti di origine animale	
	Cat. 2	Cat. 3	Cat. 2	Cat. 3
Totale Sottoprodotti	12.034,2	349.214,2	9.931,6	370.718,3
di cui realizzati		86.606.730		84.872.050



TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

Il Gruppo Veronesi riconosce l'importanza della biodiversità non solo per l'ecosistema globale odierno cui appartiene, ma anche per le generazioni future. Opera, pertanto, in un'ottica di tutela della variabilità di tutti gli organismi viventi inclusi negli ecosistemi acquatici, terrestri e marini e nei complessi ecologici di

cui essi sono parte. Da un'analisi interna che il Gruppo ha svolto, è emerso che nessuno degli stabilimenti è ubicato all'interno di aree protette o ad elevata biodiversità. Si registrano solo casi di aree protette nelle vicinanze degli stabilimenti, riportati negli allegati del presente documento.

Il Gruppo monitora attentamente i propri impatti potenziali sul territorio e sulla biodiversità e presta particolare attenzione ai siti più vicini a zone sensibili.



“

Vorrei che i miei dipendenti dicessero: sono orgoglioso di lavorare in Veronesi perchè qui si lavora bene.

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

LE PERSONE

La funzione Risorse Umane, nel Gruppo Veronesi, riveste un ruolo centrale nel riconoscimento dei punti di forza e delle capacità delle persone e nella valorizzazione delle stesse. La centralità delle persone è fondamentale in ogni fase della filiera, dagli allevamenti, alla produzione, fino all'ultima fase rappresentata dalla logistica ed è di importanza strategica per la creazione di valore in ogni anello della catena. Sono le persone il vero valore del Gruppo, professionisti appassionati che pongono al centro del loro lavoro il raggiungimento della massima qualità e hanno reso

Veronesi uno dei principali player alimentari italiani. Il Gruppo è attivo nell'implementazione di politiche che possano valorizzare l'apporto di ogni suo dipendente, sviluppandone le potenzialità e, al tempo stesso, le capacità che possono portare valore aggiunto all'organizzazione. Tutti i dipendenti del Gruppo sono coperti da accordi collettivi di contrattazione ed in particolare sono adottati i seguenti contratti collettivi: CCNL Industria Alimentare - CCNL Impiegati Agricoli - CCNL Operai Agricoli. In tutte le società del Gruppo sono rispettati i periodi minimi di preavviso per cambiamenti

operativi significativi nelle attività nel rispetto della normativa vigente e i contratti collettivi di riferimento.

8.012

DIPENDENTI
AL 31/12 2017

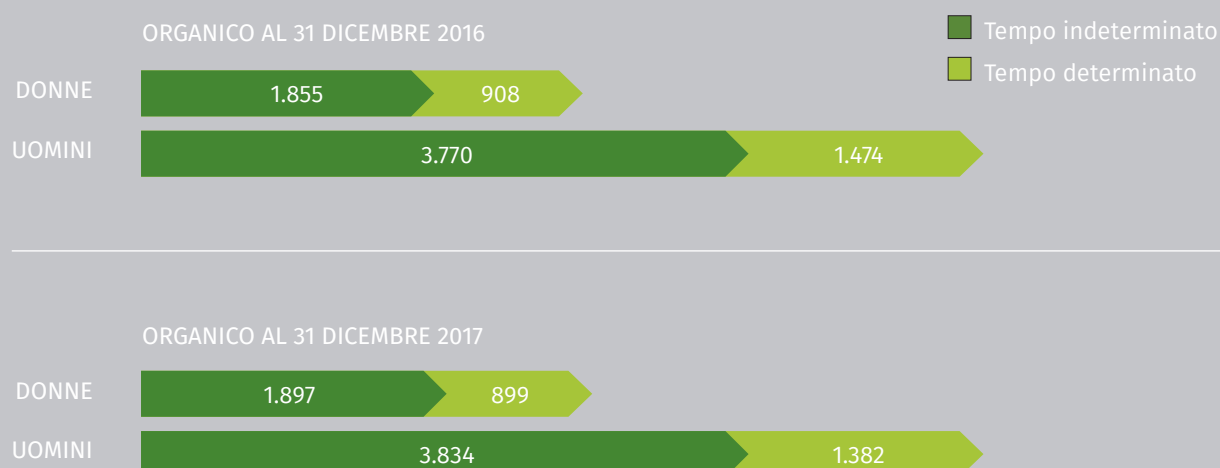
1.253

UNDER 30
ASSUNTI NEL 2017

75

NAZIONALITÀ PRESENTI
NEL GRUPPO

AL 31 DICEMBRE 2017, L'ORGANICO COMPLESSIVO DEL GRUPPO RISULTAVA PARI A 8.012 UNITÀ, IN LINEA RISPETTO AL 2016 (8.001).

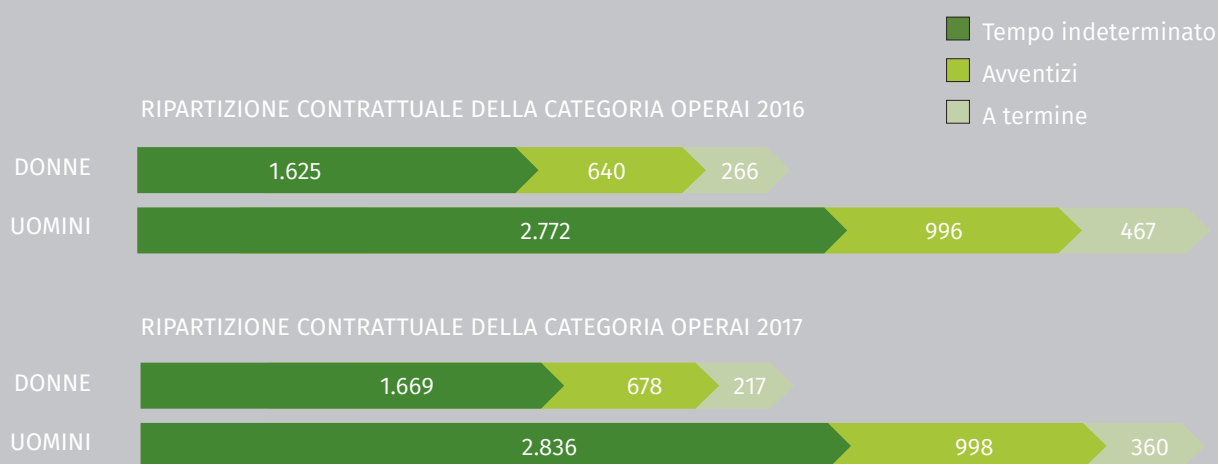


A dimostrazione della volontà del Gruppo di creare rapporti professionali forti e duraturi nel tempo, nel 2017, oltre il 70% dell'organico complessivo risulta

composto da dipendenti con contratto a tempo indeterminato. Rispetto alle categorie professionali, la maggior parte dei dipendenti (6.758) rientrano

nella categoria di operai, di cui 1.676 (il 20% circa) rientranti nella categoria "Avventizi", una forma contrattuale tipica del settore.

RIPARTIZIONE CONTRATTUALE DELLA CATEGORIA "OPERAI"



Per quanto concerne il turnover all'interno del Gruppo, nel corso del 2017 sono entrati 59 nuovi

dipendenti a fronte dei 197 usciti⁶. La differenza tra entrati e usciti risulta negativa pur

manifestando una crescita di organico dei dipendenti a tempo indeterminato.

ENTRATI	2017				2016			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomo	27	19	4	50	33	32	2	67
Donna	5	4		9	5	2	1	8
Totale	32	23	4	59	38	34	3	75

USCITI	2017				2016			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomo	11	48	91	150	10	38	98	146
Donna	3	15	29	47	4	28	33	65
Totale	14	63	120	197	14	66	131	211

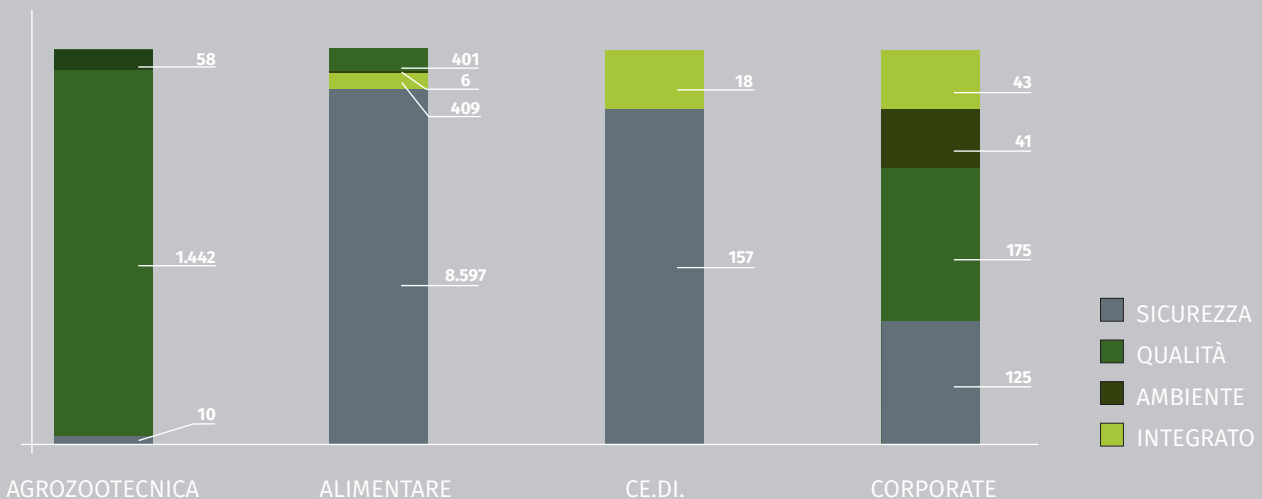
SVILUPPO DELLE RISORSE E GESTIONE DEI TALENTI

Il Gruppo Veronesi riconosce l'importanza dello sviluppo e della formazione delle proprie risorse,

attraverso apposita attività di training che nel 2017 ha previsto un'erogazione di circa 13.365 ore.

13.365
ORE DI TRAINING

⁶All'interno del turnover non sono considerate le categorie contrattuali degli "Avventizi".



Il rispetto, il riconoscimento e la valorizzazione delle persone sono prioritari per il Gruppo ed è per questo che ogni anno

vengono sviluppati corsi di formazione studiati ad hoc per ogni funzione aziendale. Di seguito vengono riepilogate

le iniziative maggiormente significative intraprese nel corso del 2017 dedicate allo sviluppo dei dipendenti del Gruppo.

PROFESSIONI PER IL FUTURO

Oggi nell'offerta lavorativa si trovano a fatica figure professionali con le competenze necessarie per lavorare nella filiera del Gruppo Veronesi. La specificità del settore in cui opera richiede una formazione del personale altrettanto specifica. Alcune professioni sono chiave per una gestione

sempre più all'avanguardia delle filiere, le competenze richieste stanno evolvendo e talvolta non sono disponibili nel mercato del lavoro. Con l'obiettivo di affrontare l'inevitabile ricambio generazionale che coinvolgerà alcune figure chiave per la filiera nasce il progetto "Feed the future" veri e propri master

interni dedicati ai giovani che si affacciano al mondo del lavoro. Obiettivo dei corsi è formare giovani professionisti che abbiano le competenze specifiche richieste dalla filiera del Gruppo.

I MASTER ATTIVATI NEL CORSO DEL 2017 HANNO COINVOLTO 16 NEO-LAUREATI E VEDONO PROTAGONISTI IN PARTICOLARE TECNICI E VETERINARI

DAIRY MASTER

Il master dedicato alla formazione di tecnici commerciali specializzati in alimentazione per vacche da latte, è articolato in due mesi di formazione teorica in aula e 4 di affiancamento sul campo e ha contribuito alla formazione di 6 dipendenti del Gruppo.

VET FARM

Della durata di 1 anno, il master prevede esperienza in aula e affiancamento ai tecnici del Gruppo per 6 mesi in allevamento. Ha contribuito alla formazione di 7 dipendenti del Gruppo contraddistinti da un affiancamento continuo con tecnici esperti del Gruppo e ad attività specifiche sul campo.



FARM LEADER PER SUPPORTARE GLI ALLEVATORI

Farm Leader è il corso di negoziazione, sviluppato in collaborazione con una società di consulenza leader, che ha coinvolto i 66 dipendenti dell'area tecnica che lavorano a supporto degli oltre 2000 allevatori a monte

della filiera. Il corso, della durata di una settimana, è composto da teoria, simulazioni e gruppi di lavoro con l'obiettivo di sviluppare le competenze di negoziazione necessarie per avere una relazione virtuosa e proficua con tutti gli

operatori della filiera, garantendo così una consulenza ampia su tutti gli aspetti che impattano sulla gestione degli allevamenti (es. benessere animale, corretta nutrizione, gestione manageriale degli allevamenti).

INCENTIVI E REMUNERAZIONE

Con il fine di attrarre, motivare e trattenere le risorse dotate delle qualità e skills professionali necessarie per perseguire i propri obiettivi, il Gruppo Veronesi definisce annualmente la “Politica sulla Remunerazione” che prevede sistemi di retribuzione fissa e variabile.

IL PACCHETTO REMUNERATIVO DEI DIRIGENTI CON RESPONSABILITÀ STRATEGICHE È COMPOSTO COME SEGUE:

- una componente fissa annua lorda (RAL)
- una componente variabile con erogazione annuale

WELFARE AZIENDALE

Con l’obiettivo di garantire ai propri dipendenti un alto grado di flessibilità e la possibilità di bilanciare le esigenze lavorative con la vita privata, il Gruppo Veronesi offre al personale diverse iniziative concrete per favorire il bilanciamento tra le esigenze familiari e la vita lavorativa, quali ad esempio l’aumento dell’utilizzo dei contratti part-time dei quali hanno usufruito 369 persone nel corso del 2017.



PIANO WELFARE

Nel 2017 cambia l’anima del premio variabile contrattuale e vengono introdotte due importanti novità:

- 1.** accanto agli obiettivi più comuni vengono introdotti per il suo raggiungimento parametri che esprimano una maggior partecipazione delle persone al raggiungimento di sempre più alti standard per la sicurezza sul lavoro e per la creazione di strategie a tutela dell’ambiente
- 2.** in occasione del rinnovo contrattuale nasce il Piano Welfare dedicato a tutti i circa 5.000 dipendenti del settore avicolo. Il Piano prevede la possibilità di convertire il valore del premio di risultato defiscalizzato (la totalità o una percentuale) in un “tesoretto” a vantaggio dei dipendenti che possono così avere una maggiore capacità di spesa per acquistare diversi beni e servizi, su misura per le esigenze di ciascuno. Attraverso una piattaforma online infatti è possibile scegliere tra numerose opportunità che spaziano dall’assistenza sanitaria all’istruzione, alla previdenza complementare, fino a tutti i servizi per il tempo libero. Un sostegno concreto a vantaggio del budget familiare delle persone, un progetto che nasce in collaborazione con Confindustria Verona.

SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

Il Gruppo ritiene di primaria importanza la salvaguardia della sicurezza e della salute dei propri lavoratori e con l'obiettivo di rispettare non solo tutte le specifiche normative in materia

ma anche di attuare un'azione efficace volta alla prevenzione e al miglioramento continuo delle condizioni di lavoro. Il Gruppo ha sviluppato un'apposita Politica per la Sicurezza

al fine di attuare un'efficace strategia di prevenzione e gestione degli infortuni dei propri dipendenti.

TASSO DI INFORTUNIO E INDICE DI GRAVITÀ

	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso d'infortunio ⁷	0,6	0,9	0,7	0,6	0,9	0,7
Indice di gravità ⁸	32,8	42,1	35,9	37,1	39,3	37,8

I dati relativi al tasso d'infortunio e all'indice di gravità mostrano entrambi valori contenuti a fronte del continuo investimento in attività di sensibilizzazione in materia di sicurezza.

TASSO DI ASSENTEISMO

	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Tasso di assenteismo ⁹	3,5	5,7	4,2	3,4	5,5	4,2

Per quanto concerne l'assenteismo, il valore registrato nel 2017 si è mantenuto sugli stessi valori dell'anno precedente.

I Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) sono coinvolti con periodicità nella valutazione dei rischi di infortunio sul luogo di lavoro; inoltre ogni lavoratore, nell'ambito delle specifiche mansioni e competenze, riceve una continua e adeguata informazione e formazione per la sicurezza e prevenzione in materia di infortuni e malattie professionali.



⁷ Il tasso d'infortunio è stato calcolato secondo la seguente formula: (infortuni sul luogo di lavoro / ore lavorate)*1.000.000.

⁸ L'indice di gravità è stato calcolato secondo la seguente formula: (giorni persi per infortuni / ore lavorabili)*1.000.

⁹ Il tasso di assenteismo è stato calcolato secondo la seguente formula: (giorni di assenza / giornate lavorabili)%.



FORMAZIONE SUI TEMI DI SALUTE E SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

PREVENZIONE E SALUTE. L'EDUCAZIONE MOTORIA ENTRA IN AZIENDA

Il 2017 è stato un anno importante per l'inizio di due corsi, su base volontaria e adesione facoltativa, di formazione motoria nell'ambito del progetto sicurezza. Si tratta di due progetti pensati ad hoc che introducono l'importanza dell'attività fisica per migliorare lo stile di vita delle persone e contribuire al loro benessere, con particolare attenzione alle professioni che richiedono manualità, movimenti ripetitivi e sforzo fisico sui siti produttivi. Il primo corso, realizzato in

collaborazione con l'Università di Padova (GYM HUB start up composta da ricercatori in medicina del lavoro e scienze motorie), coinvolge oggi il sito produttivo di San Martino Buon Albergo. Il corso è stato suddiviso in due sessioni e prevede la partecipazione in gruppi da 10 persone con l'obiettivo di educare gli operai a svolgere in modo regolare e continuativo esercizi volti a prevenire l'insorgere di problemi dovuti alla ripetitività di alcuni movimenti che il lavoro richiede.

Il secondo corso ha coinvolto dipendenti che hanno evidenziato disturbi articolari e ai quali è stata proposta un'attività motoria specifica mirata al miglioramento della loro condizione fisica. Il progetto ha coinvolto lo stabilimento di Santa Maria di Zevio.



PROGETTO LAVORO SICURO. AMBASCIATORI DI SICUREZZA

A partire dal 2007 il Gruppo Veronesi ha intrapreso un progetto in collaborazione con INAIL Veneto avente per oggetto la prevenzione e la sensibilizzazione sui luoghi di lavoro che ha coinvolto tutti gli stabilimenti di Food siti nella regione Veneto. Capi reparto e preposti sono coinvolti per avere un presidio attivo di formazione costante sulla sicurezza nel posto di lavoro. Nel 2017 il progetto viene allargato anche alla Regione Lombardia in collaborazione con INAIL Lombardia. Il progetto

nasce dalla consapevolezza che la formazione in sé non sia sufficiente ma sia necessario un costante controllo per salvaguardare l'incolumità delle persone che quotidianamente operano negli stabilimenti del Gruppo. Gli audit hanno l'obiettivo di effettuare la verifica di conformità e sorveglianza dei percorsi di implementazione dei Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza nei luoghi di Lavoro (S.G.S.L.), conformi alle Linee Guida UNI-INAIL, mediante l'utilizzo della

Guida operativa "Lavorosicuro" Ed. 2011. Nel 2017 in forma volontaria la verifica è stata ampliata ad aspetti relativi al sistema di gestione ambientale, in particolare per i siti non certificati secondo la ISO 14001.

12 | ALLEGATI

STAKEHOLDER DEL GRUPPO E ANALISI DI MATERIALITÀ

Tematiche materiali	Area	Perimetro		
		Dove avviene l'impatto	Tipologia di impatto	Riconciliazione Topic GRI
Salute e sicurezza sul lavoro	Responsabilità verso i dipendenti	Gruppo	Diretto	403 - Salute e sicurezza sul luogo di lavoro
Sicurezza, tracciabilità e qualità dei prodotti	Responsabilità di prodotto	Gruppo	Diretto/Indiretto	
Benessere animale	Responsabilità di prodotto	Gruppo	Diretto	
Nutrizione e benessere	Responsabilità di prodotto	Gruppo	Diretto/Indiretto	
Presenza sul mercato e impatti economici indiretti	Responsabilità economica	Gruppo	Indiretto	202 - Presenza sul mercato
Etica e business responsabile	Governance e Compliance	Gruppo	Diretto	307 - Compliance Ambientale 419 - Compliance Socio Economica
Condizioni di lavoro e Diritti Umani	Responsabilità verso la comunità	Gruppo; Fornitori	Diretto/Indiretto	
Gestione degli impatti ambientali	Responsabilità ambientale	Gruppo	Diretto	302 - Energia 303 - Acqua 304 - Biodiversità 305 - Emissioni 306 - Scarichi e rifiuti
Customer satisfaction	Responsabilità di prodotto	Gruppo	Diretto	
Performance economica	Responsabilità economica	Gruppo	Diretto	201 - Performance economica
Marketing responsabile ed etichettatura dei prodotti	Responsabilità di prodotto	Gruppo	Diretto	
Corporate governance	Governance e Compliance	Gruppo	Diretto	
Gestione sostenibile della catena di fornitura	Responsabilità verso i fornitori	Gruppo; Fornitori; Allevatori e coltivatori	Diretto/Indiretto	204 - Pratiche di approvvigionamento
Sviluppo e tutela del capitale umano	Responsabilità verso i dipendenti	Gruppo	Diretto	401 - Occupazione 402 - Relazioni Industriali 405 - Diversità e pari opportunità

UNA FILIERA INTEGRATA E DI QUALITÀ

I PRINCIPALI CONSORZI

CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI SAN DANIELE



CONSORZIO PROSCIUTTO DI PARMA DOP



CONSORZIO ZAMPONE MO COTECHINO



CONSORZIO MORTADELLA BOLOGNA



CONSORZIO CACCIATORE ITALIANO



CONSORZIO CULATELLO DI ZIBELLO DOP



CONSORZIO SALAME CREMONA IGP



ALLEGATI - SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

GRI 201-1 PROSPETTO DI DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO

PROSPETTO DEL VALORE GENERATO

DETERMINAZIONE DEL VALORE GENERATO (in migliaia di euro)	2017
Valore economico direttamente generato	3.002.345
Valore economico distribuito	2.857.325
DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO (in migliaia di euro)	2017
Costi operativi riclassificati	2.472.598
Remunerazione del personale	360.851
Remunerazione dei finanziatori	4.732
Remunerazione degli azionisti ¹⁰	0
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	19.145

¹⁰ La remunerazione degli azionisti corrisponde alla destinazione del risultato economico di Veronesi S.p.a. a dividendo che il Consiglio di Amministrazione proporrà all'Assemblea degli Azionisti che può essere soggetto a modifiche successive in base a delibera assembleare.

GRI 202-1 RAPPORTO TRA IL SALARIO STANDARD DI ENTRATA PER GENERE E IL SALARIO MINIMO LOCALE, PER SEDI OPERATIVE PIÙ SIGNIFICATIVE

SALARIO STANDARD DI ENTRATA IN RELAZIONE AL SALARIO MINIMO PER GENERE

Nuovi assunti	al 31 Dicembre 2017		al 31 Dicembre 2016	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Rapporto tra Salario lordo minimo locale permesso dalla legge nazionale e Salario di entrata.	1	1	1	1

ALLEGATI - SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

CONSUMI ENERGETICI

GRI 305-1; 305-2 CONSUMI DIRETTI E INDIRETTI

TOTALE CONSUMO ENERGETICO TJ

Consumi energetici		2016	2017
Diretti	Combustibili, ETS Caldaie	1.859	1.918
Indiretti	Energia elettrica	1.414	1.402
Totale consumo energetico		3.273	3.320

GRI 302-1 CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

CONSUMO ENERGETICO PER TIPOLOGIA DI FONTE TJ

	2016	2017
Gas naturale	1.786	1.818
Gasolio	24	25
GPL	14	14
Olivo da combustione	3	3
Energia elettrica	1.414	1.402
Biogas		
Caldaia digestore	0,1	1,7
ETS caldaie	20	37
ETS cogeneratore	243	408
Torcia	12	20

FATTORI DI EMISSIONE ELETTRICITÀ "LOCATION BASED"

Paese	kg CO ₂ /kWh	Fonte
Italia	0,3516	DEFRA 2017

FATTORI DI EMISSIONE ELETTRICITÀ "MARKET BASED"

Paese	kg CO ₂ /kWh	Fonte
Italia	0,471	AIB - 2016 European Residual Mix

FATTORI DI EMISSIONE GAS NATURALE

Paese	kg CO ₂ /m ³	Fonte
Italia	2,097	Ministero Ambiente 2017

FATTORI DI EMISSIONE DIESEL

Paese	kg CO ₂ /t	Fonte
Italia	3470,3	DEFRA 2017

FATTORI DI EMISSIONE GPL

Paese	kg CO ₂ /l	Fonte
Italia	1,508	DEFRA 2017

FATTORI DI EMISSIONE OLIO DI COMBUSTIONE

Paese	kg CO ₂ /t	Fonte
Italia	3165,41	DEFRA 2017

FATTORI DI EMISSIONE BIOGAS

Paese	kg CO ₂ /GJ	Fonte
Italia	0,10985	DEFRA 2017

CONSUMI IDRICI

GRI 303-1 PRELIEVO D'ACQUA PER FONTE

Acqua prelevata (m ³)	2017	2016
Pozzi	8.283.737	7.826.009
Acquedotto	481.316	462.047
Totale Consumo idrico	8.765.053	8.288.056

GESTIONE DEI RIFIUTI E DEGLI SCARICHI IDRICI

GRI-306-2 RIFIUTI PER TIPOLOGIA E PER METODI DI SMALTIMENTO

METODO SMALTIMENTO RIFIUTI (t/anno)	2017			2016		
	Pericolosi	Non pericolosi	TOTALE	Pericolosi	Non pericolosi	TOTALE
Smaltimento	292	3.409	3.701	264	3.298	3.562
Altri trattamenti	111	38.650	38.761	136	40.935	41.071
Totale	403	42.059	42.462	400	44.233	44.633

GESTIONE DEGLI SCARICHI IDRICI (m³)

	2017	2016
Superficiale	5.189.457	5.373.256
Fognatura	545.071	571.497
Totale acqua scaricata	5.734.528	5.944.753

TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

GRI 304-1 SITI DEL GRUPPO POSTI IN ADIACENZA DI AREE AD ELEVATO CONTENUTO DI BIODIVERSITÀ

PRINCIPALI SITI AD ELEVATA CONTENUTO DI BIODIVERSITÀ IN PROSSIMITÀ DEI SITI DEL GRUPPO

VENETO

San Martino Buon Albergo	Fiume Adige tra Verona Est e Badia Polesine	2,45 km dal punto più vicino del fiume
Villaganzerla	Colli Berici	1,2 dal confine più vicino
Zevio	Fiume Adige tra Verona Est e Badia Polesine	1,77 km dal punto più vicino del fiume
	Sguazzo di Rivalunga	2,84 km
	Grave e zone umide della Brenta	0,50 km dall'ansa del fiume

EMILIA ROMAGNA

Magreta	Colombarone	2,5 km
Zibello	Golena del Po presso Zibello	1,50 km 1 km dal fiume
	Bosco Ronchetti	2,20 km
	Riserva Regionale Bosco Ronchetti	2 km

FRIULI VENEZIA GIULIA

San Daniele del Friuli Stabilimento SD2	Greto del Tagliamento	3 km 2,5 km dall'ansa del fiume
Stabilimento SD1	Lago di Ragogna	3 km

MANGIMIFICI VERONESI

VENETO

Ospedaletto Euganeo	Le Vallette	2 km
S. Pietro in Gu	Bosco di Dueville e risorgive limitrofe	2,70 km dal fiume Tesina
Quinto di Valpantena	Val Galina e Progno Borago	2,40 km

LOMBARDIA

Acquanegra Cremonese	Morta di Pizzighettone	2,12 km dall'ansa del fiume Adda
----------------------	------------------------	----------------------------------

EMILIA ROMAGNA

San Polo di Torrile	Aree delle risorgive di Viarolo, Bacini di Torrile, Fascia golenale del Po	1,13 km
---------------------	--	---------

AZIENDE AGRICOLE - SOCIETÀ AGRICOLA LA PELLEGRINA

VENETO

San Michele Extra	Fiume Adige tra Verona Est e Badia Polesine	2,45 km punto più vicino del fiume
S. Pietro in Gu	Bosco di Dueville e risorgive limitrofe	2,70 km dal fiume Tesina
Bes Società Agricola La Pellegrina Spa	Fontane di Nogarè	2,40 km 1,60 dal fiume Piave

LOMBARDIA

Morengo	Fontanile Brancaleone	2,28 km
---------	-----------------------	---------

INCUBATOI

VENETO

Ponte di Castegnero VI	Colli Berici	1,0 dal confine più vicino
------------------------	--------------	----------------------------

ALLEGATI - SOSTENIBILITÀ SOCIALE

LE PERSONE DEL GRUPPO VERONESI

GRI 102-8 RIPARTIZIONE DEI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

NUMERO DI DIPENDENTI (HEADCOUNT) PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	2017			2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	69	2	71	74	2	76
Quadri	60	3	63	59	3	62
Impiegati	893	227	1.120	876	227	1.103
Operai di cui:			-			-
tempo indeterminato	2.836	1.669	4.505	2.772	1.625	4.397
avventizi	998	678	1.676	996	640	1.636
a termine	360	217	577	467	266	733
Totale	5.216	2.796	8.012	5.244	2.763	8.007

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI (HEADCOUNT) SUDDIVISI PER FULL-TIME E PART-TIME

Full Time / Part Time	al 31 Dicembre 2017			al 31 Dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	5.197	2.446	7.643	5.216	2.430	7.646
Part-time	19	350	369	28	333	361
Totale	5.216	2.796	8.012	5.244	2.763	8.007

GRI 401-1 NUOVI ASSUNTI E TURNOVER DEL PERSONALE

ENTRATI (compresa la categoria "operai-avventizi")

	2017				2016			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomo	834	836	216	1.886	821	811	208	1.840
Donna	419	629	211	1.259	363	592	208	1.163
Totale	1.253	1.465	427	3.145	1.184	1.403	416	3.003

USCITI (compresa la categoria "operai-avventizi")

	2017				2016			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomo	395	349	183	927	253	249	145	647
Donna	206	278	135	619	132	223	103	458
Totale	601	627	318	1.546	385	472	248	1.105

GRI 102-41 CONTRATTI COLLETTIVI DI LAVORO

PERCENTUALE DEL NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI COPERTI
DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

	Al 31 dicembre 2017	Al 31 dicembre 2016
Percentuale di Gruppo	100%	100%

GRI 402-1 INFORTUNI – SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

GIORNI PERSI PER INFORTUNI

N. giorni	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Giorni Persi per infortuni	5.878	4.848	10.726	5.916	4.902	10.818

TIPOLOGIA DI INFORTUNI

N. casi	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2016		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infotuni sul luogo di lavoro	250	160	410	278	148	426
Infotuni in itinere	15	9	24	23	9	32

NOTA METODOLOGICA

La presente sezione di Sostenibilità ha l'obiettivo di rendicontare e comunicare in modo trasparente le performance del Gruppo Veronesi rispetto alle tematiche di sostenibilità economica, ambientale e sociale, con riferimento all'esercizio 2017 ed è stata redatta nella misura necessaria a descrivere l'attività di impresa, il suo andamento, i suoi risultati e gli impatti prodotti.

La definizione degli aspetti rilevanti per il Gruppo Veronesi e per i suoi stakeholder è avvenuta attraverso l'analisi di materialità, un processo strutturato conforme alle linee guida del Global Reporting Initiative – GRI. In particolare, la definizione degli aspetti rilevanti per il Gruppo e per i suoi Stakeholder è avvenuta in base a un processo strutturato di analisi di materialità, che ha previsto anche un raffronto dei temi materiali con le best practice di settore, descritto nel paragrafo “Stakeholder del Gruppo e analisi di materialità”.

La presente sezione di sostenibilità è stata redatta in conformità ai nuovi standard “GRI Sustainability Reporting Standards” (2016) pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'approccio “GRI-Referenced”.

Sulla base di tale premessa, facendo propri gli approcci disegnati dai nuovi Standard, il documento fa quindi riferimento agli indicatori indicati nel GRI Content Index riportato all'interno del presente documento.

Il perimetro di rendicontazione risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato del Gruppo, eventuali limitazioni di perimetro relativamente a singoli temi o indicatori sono esplicitate nei relativi paragrafi.

Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

I dati relativi agli esercizi precedenti, laddove disponibili, sono stati riportati unicamente con fine comparativo. La presente sezione è parte integrante dell'Annual Report del Gruppo che è pubblicato con cadenza annuale sul sito internet del Gruppo Veronesi www.gruppoveronesi.it ; per ulteriori informazioni è possibile scrivere ad aia@aia-spa.it

GRI CONTENT INDEX

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

102-1	Nome dell'organizzazione.	4	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	19-30	
102-3	Sede principale.	Via Valpantena 18/G; Quinto di Valpantena; 37142 Verona (Italia)	
102-4	Numero dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la propria attività operativa e Paesi in cui l'organizzazione ha attività o in cui l'attività svolta ha un specifico rilievo rispetto agli elementi di sostenibilità trattati nel relativo Rapporto di Sostenibilità.	14-15	
102-5	Assetto proprietario e forma legale.	4	
102-6	Mercati coperti (inclusa la copertura geografica, settori di attività e tipologia di clienti e destinatari).	14-15 19-31	
102-7	Dimensione dell'organizzazione.	14-17	
102-8	Numero di dipendenti suddiviso per contratto e genere.	73-74	
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione.	85	

STRATEGIA

102-14	Dichiarazione da parte del top manager che guida l'organizzazione.	3	
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento adottate dall'organizzazione.	9-13	
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione.	5	
102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti dall'organizzazione.	43	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione.	100% dei dipendenti	
102-42	Principi per identificare gli stakeholder da coinvolgere.	43-44	

PRATICA DI REPORTING

102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato dell'organizzazione o documenti equivalenti.	4	
102-47	Aspetti materiali identificati nel processo di analisi per la definizione del perimetro di rendicontazione.	80	
102-50	Periodo di rendicontazione.	86	
102-51	Data dell'ultimo rapporto.	N/A	
102-52	Periodicità di rendicontazione.	86	
102-53	Contatti e indirizzi utili per chiedere informazioni sul bilancio.	86	
102-54	Specificare l'opzione di conformità con i GRI Standard prescelta dall'organizzazione.	86	
102-55	GRI context index.	87-91	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE CATEGORIA: ECONOMICA

PERFORMANCE ECONOMICA

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	17;61	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	17;61	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito.	61	

PRESENZA SUL MERCATO

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	73	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	73	
202-1	Rapporto tra il salario standard di entrata per genere e il salario minimo locale, per sedi operative più significative.	82	

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	47;56	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	47;56	
204-1	Proporzione di spesa concentrata sui fornitori locali.	48;56	

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE CATEGORIA: AMBIENTALE

ENERGIA

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	63	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione.	67	

ACQUA

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	63	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
303-1	Prelievo d'acqua per fonte.	63;68	

BIODIVERSITÀ

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
-------	---	----	--

103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	Il Gruppo monitora attentamente i propri impatti potenziali sul territorio e sulla biodiversità; nessuno degli stabilimenti è ubicato all'interno di aree protette o ad elevata biodiversità; si registrano solo casi di aree protette nelle vicinanze degli stabilimenti, riportati negli allegati del presente documento.	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
304-1	Siti del Gruppo posti in adiacenza di aree ad elevato contenuto di biodiversità.	82	

EMISSIONI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	63	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1).	68	
305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scope 2).	68	

SCARICHI E RIFIUTI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	63	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
306-2	Rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento.	69;83	

COMPLIANCE AMBIENTALE

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	63	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	63	
307-1	Valore delle multe e numero delle sanzioni per violazione di leggi e regolamenti in materia.	Non si segnalano multe e/o sanzioni per violazioni di leggi e regolamenti in materia	

CATEGORIA: SOCIALE

OCCUPAZIONE

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	73	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	73	
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale.	74;85-86	

RELAZIONI INDUSTRIALI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	73	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	73	
402-1	Periodi minimi di preavviso per cambiamenti nelle attività, inclusa l'eventuale specifica nei relativi contratti collettivi di lavoro.	73	

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	77	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	77	
403-2	Percentuale di infortuni e infortuni sul lavoro, malattia, giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e genere.	77	

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	73	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	73	
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti.	74;85	

COMPLIANCE SOCIO-ECONOMICA

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	61	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	61	
419-1	Valore delle multe e numero delle sanzioni per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale.	Non si segnalano multe e/o sanzioni per violazioni di leggi e regolamenti	

SICUREZZA E TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	47-59	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	47-59	

BENESSERE ANIMALE

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	51-54	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	51-54	

NUTRIZIONE E BENESSERE

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	27-28	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	27-28	

CONDIZIONI DI LAVORO E DIRITTI UMANI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	73-77	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	73-77	

CUSTOMER SATISFACTION

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	47-49	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	47-49	

MARKETING RESPONSABILE ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	47-59	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	47-59	

GESTIONE SOSTENIBILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	47-59	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	47-59	

CORPORATE GOVERNANCE

Management approach

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini.	80	
103-2	Informazioni generali sull'approccio del management e relative caratteristiche.	4-5	
103-3	Valutazione sull'approccio del management.	4-5	

VERONESI HOLDING SPA

Via Valpantena 18/G
Quinto di Valpantena 37142 - Verona (Italia)
T 045 8097511 | F 045 551589
www.gruppoveronesi.com

A.I.A. - AGRICOLA ITALIANA ALIMENTARI SPA

FRESCHI

Piazzale Apollinare Veronesi, 1 (ex via Sant'Antonio, 60)
37036 S. Martino Buon Albergo (VR) Italia
T 045 8794111 | F 045 8920810
www.aiafood.it | aia@aia-spa.it

SALUMI

Via Mazzacavallo 47
41043 Magreta di Formigine (MO)
T 059 447111 | F 059 447303
www.negroni.com | negroni@negroni.com

MANGIMI

Via Valpantena, 18/G
37142 VERONA
T 045 8097511 | F 045 551589
www.veronesi.it | veronesi@veronesi.it

FILIALI ESTERE

NEGRONI SARL

“Le Trait d’Union”
29, Avenue de Sources - FT 69009 Lyon
T +33 43 7496849 - F+33 43 7499791

NEGRONI SA

Via Albertolli, 3 - 6830 CHIASSO (CH)
T +41 916837060 - F +41 916837251

VERONESI RUS

Bolshoy Zlatoustinsky pereulok 1, edificio 1
10100 Mosca - Russia



