



# Bilancio di Sostenibilità 2023

# Sommario

<b>Lettera del Presidente agli Stakeholders</b>	<b>04</b>	<b>4. LA CREAZIONE DEL PRODOTTO: la filiera dei prodotti, dal fornitore al cliente</b>	<b>88</b>
<b>HIGHLIGHTS</b>	<b>06</b>	4.1 La qualità e la sicurezza dei nostri prodotti	90
<b>Nota metodologica</b>	<b>08</b>	4.2 La Ricerca e Sviluppo come strumento di innovazione	94
		4.3 La catena di fornitura	98
		4.4 I nostri clienti	100
<b>1. LA SOSTENIBILITÀ: una strategia chiara e definita</b>	<b>12</b>	<b>5. GESTIONE AMBIENTALE: Impegno e Responsabilità</b>	<b>102</b>
1.1 Stakeholder Engagement	14	5.1 La squadra	104
1.2 La matrice di materialità	16	5.2 Un team forte ed eterogeneo	108
1.3 Piano Strategico di Sostenibilità	24	5.3 La Formazione e lo sviluppo delle competenze	114
1.3.1 Gestione dell'Energia e delle Emissioni	28	5.4 La gestione dei talenti	116
1.3.2 Gestione dei Rifiuti e Riciclabilità	32	5.4.1 La nuova strategia HR	120
1.3.3 Governance Aziendale e Conformità	36	5.5 Il benessere delle persone	124
1.3.4 Coinvolgimento degli Stakeholder	40	5.6 Il contributo alla comunità	128
1.3.5 Performance Economica	44		
1.4 Approccio internazionale alla Sostenibilità	50	<b>6. L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE: integrazione armonica e gestione efficiente</b>	<b>130</b>
		6.1 I consumi energetici	132
<b>2. IL GRUPPO: crescita sostenibile e a lungo termine</b>	<b>54</b>	6.2 Emissioni	136
2.1 La storia di Biofarma	56	6.3 Il consumo idrico	142
2.2 I mercati di riferimento	64	6.4 I rifiuti	144
2.2.1 Gli stabilimenti produttivi	66	Headquarter - Mereto di Tomba	148
2.2.2 I servizi del Gruppo	68		
2.3 L'impegno istituzionale e commerciale di Biofarma	70	<b>APPENDICE</b>	<b>152</b>
2.4 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder	72	Indice dei contenuti GRI	154
<b>3. L'ASSETTO ORGANIZZATIVO: la nuova struttura</b>	<b>76</b>		
3.1 Il modello di Corporate Governance	78		
3.2 Etica, Integrità e Compliance	81		



# Lettera del Presidente

**Care Lettrici,**

**Cari Lettori,**

È con grande piacere che vi presento **la terza edizione del Bilancio di Sostenibilità di Biofarma Group**, un documento prezioso, che riflette i nostri sforzi per un approccio responsabile e sostenibile alla crescita del gruppo.

Desideriamo, infatti, essere protagonisti di un futuro dove l'innovazione sia al servizio della salute e del benessere delle persone, senza mai perdere di vista l'obiettivo di diventare, entro il 2030, un gruppo con un impatto positivo sul pianeta e, quindi, sulla società.

Il 2023 è stato un anno di profonda analisi che ci ha permesso di affinare il nostro Piano Strategico di Sostenibilità 2030 individuando cinque pilastri ad impatto prioritario su cui focalizzarci: **la Gestione dell'Energia e delle Emissioni** attraverso l'impiego di tecnologie sempre più efficienti e l'utilizzo crescente di fonti rinnovabili; **la Gestione dei Rifiuti** e di tutte le tematiche connesse con **la Riciclabilità** implementando politiche di riduzione dei rifiuti, riciclaggio e recupero dei materiali utilizzati nei processi, l'ottimizzazione degli imballaggi e la formazione del personale; la creazione di una solida **Governance Aziendale** per garantire sempre

processi decisionali trasparenti, etici e responsabili; il costante **Coinvolgimento degli Stakeholders** per promuovere relazioni di fiducia, rispettose dei principi di benessere, diversità e inclusione; ed, infine, la **Performance Economica** secondo una visione di valore condiviso in cui le opportunità di business sono funzionali anche a soddisfare i bisogni della società. Su ciascun asse strategico ci siamo dati **obiettivi** e messo a terra **progetti e iniziative** a breve, medio e a lungo termine, con uno sguardo sempre teso al futuro e a ciò che ancora possiamo e dobbiamo fare.

Il nostro modo di fare impresa, la nostra missione, pone le persone e la loro salute al centro delle nostre attività. Per questo non solo promuoviamo il benessere perseguendo costantemente l'eccellenza qualitativa dei nostri prodotti, ma ci impegniamo per diffondere una cultura della prevenzione personalizzata e sostenibile, dialogando costantemente con istituzioni e comunità scientifica per promuovere ricerca e innovazione costanti.

Quello che abbiamo di fronte è un percorso sfidante che richiede lungimiranza e visione strategica, ma che ci sprona a fare sempre di più e sempre meglio. Il nostro Bilancio di Sostenibilità racconta di questo impegno, della passione che mettiamo nel nostro lavoro e dell'attenzione costante che poniamo per l'ambiente, i territori e le persone.

Buon Lettura!

**Germano Scarpa**

PRESIDENTE BIOFARMA GROUP

# Highlights 2023

## HIGHLIGHTS AMBIENTALI

195,442 GJ  
CONSUMO ENERGETICO

79,212 mc  
PRELIEVI IDRICI

12,370 tCO<sub>2</sub>eq  
EMISSIONI LOCATION BASED

4,293,03 ton  
RIFIUTI PRODOTTI

4,057,53 ton  
RIFIUTI NON PERICOLOSI

55,65 INTENSITÀ EMISSIVA

## HIGHLIGHTS SOCIALI

1,142 NUMERO DI COLLABORATORI

850 NUMERO DI DIPENDENTI  
(232 NUOVI)

5 anni ANZIANITÀ  
MEDIA DI SERVIZIO

12% TASSO DI TURNOVER  
IN USCITA

62% PERCENTUALE  
DI DIPENDENTI  
DONNE

6,134 ORE DI  
FORMAZIONE  
EROGATE

## HIGHLIGHTS GOVERNANCE

8 STABILIMENTI  
PRODUTTIVI  
IN TOTALE

6 STABILIMENTI  
IN EUROPA

5 LINEE DI PRODOTTO

22 FORNITORI  
ESAMINATI SECONDO  
CRITERI ESG

6% AUMENTO DEL  
VALORE ECONOMICO  
GENERATO

14% AUMENTO DEL  
VALORE ECONOMICO  
DISTRIBUITO

89% % DEL VALORE  
DISTRIBUITO  
SUL GENERATO

2,000 PROGETTI R&D  
SVILUPPATI

847 MILIONI DI CAPSULE  
DI INTEGRATORI  
PRODOTTE



# Nota metodologica

**Il Gruppo Biofarma rende pubblico il suo Bilancio di Sostenibilità per l'anno 2023**, segnando il terzo anno consecutivo di tale esercizio, a dimostrazione dell'incessante dedizione del Gruppo nell'aggiornamento e nel continuo sviluppo.

Il documento è stato reso maggiormente accessibile grazie all'impiego di espedienti stilistici e grafici, quali l'indicazione esplicita dell'indicatore GRI all'inizio di ciascun paragrafo e l'inclusione di link ipertestuali per facilitare la navigazione del report.

Redatto in conformità agli standard internazionali, il Bilancio di Sostenibilità 2023 ha preso in considerazione le variazioni e gli aggiornamenti normativi più recenti. I principali standard di rendicontazione hanno concentrato i loro sforzi nella definizione di linee guida per la creazione di piani di monitoraggio sempre più precisi e nella dimostrazione di impegni autentici.

**Il rapporto conferma il progresso del processo di posizionamento strategico avviato nel 2021**, che ha visto il Gruppo impegnarsi attivamente negli SDGs, prioritizzandoli, integrandoli nel modello di business e rendicontandone il relativo contributo.

Per garantire la veridicità delle informazioni riportate e rappresentare accuratamente le performance, si è cercato di minimizzare l'uso di stime e, ove possibile, di ottenere dati completi, confrontandoli con quelli dei due esercizi precedenti.

Per assicurare una esposizione esaustiva e congruente degli effetti delle operazioni del Gruppo e del relativo approccio

gestionale, si è fatto riferimento agli Standard GRI, aggiornati alla versione 2021. Il nuovo metodo di valutazione degli impatti riafferma dettagliatamente le performance ESG, focalizzandosi in particolare sui temi materiali individuati nell'aggiornamento dall'analisi di materialità effettuata nel 2023.

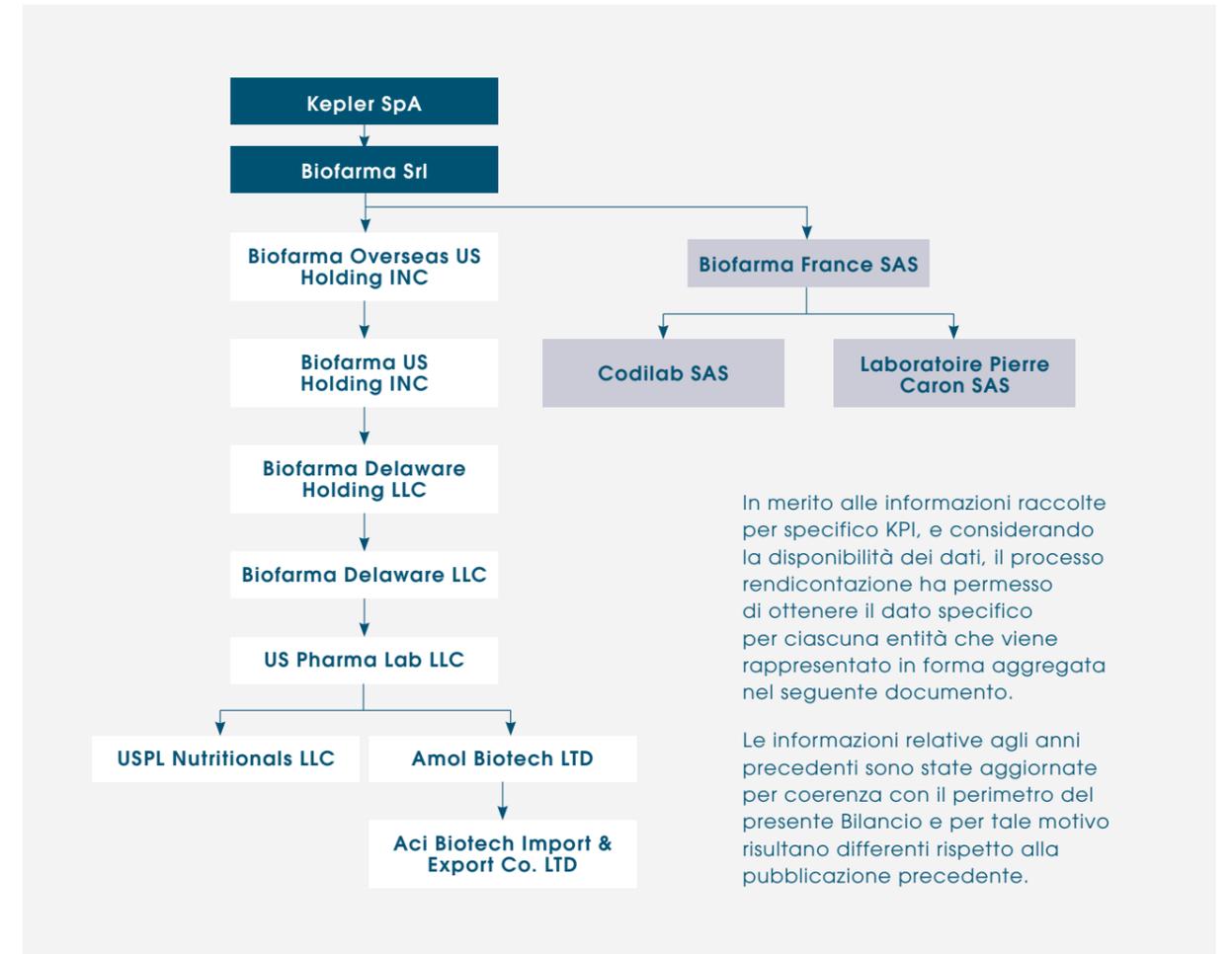
## PERIMETRO E PROCESSO

**Il Bilancio di Sostenibilità 2023 ha ricevuto l'approvazione dal Consiglio di Amministrazione** in data **07/11/24**. L'esercizio terminato al 31 dicembre 2023 costituisce il periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità, seguendo una periodicità annuale. L'ambito della rendicontazione corrisponde al bilancio consolidato del Gruppo, con dati al 31 dicembre 2023.

In questa edizione del Report, si è riusciti a includere anche la controllata Nutraskills s.r.l., nata dall'unione tra Laboratoire Pierre Caron SAS e Codilab SAS, che non era stata rendicontata nella versione precedente del bilancio.

Per il 2023, **rimarranno esclusi dal perimetro di bilancio le società con sede in USA e Cina**, ossia le società: Biofarma Overseas US Holding, Inc.; Biofarma US Holding, Inc.; Biofarma Delaware Holding LLC; Biofarma Delaware LLC; U.S. Pharma Lab LLC; USPL Nutritionals LLC; Amol Biotech Ltd.; ACI Biotech Import & Export Co. Ltd.

**Pertanto, l'ambito, al 31/12/23, relativo al Gruppo Biofarma e oggetto del Bilancio, è il seguente:**



In merito alle informazioni raccolte per specifico KPI, e considerando la disponibilità dei dati, il processo rendicontazione ha permesso di ottenere il dato specifico per ciascuna entità che viene rappresentato in forma aggregata nel seguente documento.

Le informazioni relative agli anni precedenti sono state aggiornate per coerenza con il perimetro del presente Bilancio e per tale motivo risultano differenti rispetto alla pubblicazione precedente.

AZIENDA	CONTROLLO	QUOTA DI PARTECIPAZIONE	POSSEDUTA DA
<b>BIOFARMA S.R.L.</b>	Diretta	100,00%	Kepler S.p.A.
<b>BIOFARMA FRANCE SAS</b>	Diretta	100,00%	Biofarma S.r.l.
<b>CODILAB SAS</b>	Indiretta	100,00%	Biofarma France SAS
<b>LABORATOIRE PIERRE CARON SAS</b>	Indiretta	100,00%	Biofarma France SAS

## RIFERIMENTI NORMATIVI

### MATERIALITÀ

Il paragrafo "Materialità" si basa su tre pilastri normativi fondamentali:

- **Standard GBS 2013 - Principi di redazione del bilancio sociale**, sviluppato dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS), che guida la riclassificazione della produzione e della distribuzione del valore aggiunto.
- **AccountAbility 1000 - Stakeholder Engagement Standard**, che funge da standard di processo per il coinvolgimento degli Stakeholder.
- **La "Corporate Sustainability Reporting Directive" (CSRD) della Commissione Europea**, pubblicata dopo la revisione della "Non Financial Reporting Directive" (NFRD), adottata nel novembre 2022 e riportata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.

### ANALISI

La solidità delle analisi risiede nei riferimenti adottati per la stesura del documento, che comprendono:

- **Linking the SDGs and the GRI Standards** - nella versione aggiornata del marzo 2020, che collega i contenuti del GRI Content Index con gli SDGs.
- **La "Corporate Sustainability Reporting Directive" (CSRD) della Commissione Europea**, pubblicata dopo la revisione della "Non Financial Reporting Directive" (NFRD), adottata nel novembre 2022 e riportata nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea.
- **La versione finale della proposta di European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** pubblicata dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), come previsto dalla CSRD.
- **La proposta di direttiva sulla due diligence delle imprese in materia di sostenibilità (Corporate Sustainability Due Diligence Directive - CSDDD)** avanzata dal Consiglio dell'UE a dicembre 2022.
- **Implementing the Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures 2021** - che aggiorna e dettaglia le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures di giugno 2017.
- **I 77 Industry Standard della SASB**, che identificano i temi di interesse secondo la "SASB Standards Application Guidance".

### TABELLE DI RACCORDO

Alla conclusione del Bilancio, sono disponibili le seguenti tabelle di collegamento:

- **Il GRI Content Index.**
- **La tabella che connette gli SDGs con gli indicatori dei GRI Standards.**



## CAPITOLO 1

# La sostenibilità: una strategia chiara e definita

---

5 PILASTRI DI  
SOSTENIBILITÀ

---

689 STAKEHOLDERS  
COINVOLTI

---

19 OBIETTIVI  
DEL GRUPPO

---

12 TEMI MATERIALI  
IDENTIFICATI

---

-28%  
CO<sub>2</sub>eq OBIETTIVO  
DI RIDUZIONE  
DELLE EMISSIONI

---



# Stakeholder engagement

Per ottenere una comprensione precisa e continua dello stato aziendale, è **cruciale integrare nell'analisi delle prestazioni ESG anche i partner** con cui Biofarma intrattiene rapporti, comprese quelle entità che valorizzano il suo apporto sul territorio **mediante la diffusione delle "best practices"**.

Gli individui e le organizzazioni che si relazionano con l'azienda nel contesto socio-economico in cui opera formano **il gruppo di stakeholder**, i quali contribuiscono alla creazione condivisa di valore.

**Il coinvolgimento degli stakeholder** concretizza questa intenzione e **permette**, nel corso della definizione dei temi rilevanti, **di confermare il percorso tracciato attraverso la Materialità**.

STAKEHOLDER	ESPLICITAZIONE	ENGAGEMENT
LAVORATORI INTERNI	Individui impiegati direttamente da Biofarma o per suo conto, comprese le rappresentanze sindacali.	<i>Analisi del clima lavorativo interno, presentazioni periodiche dei risultati, sessioni di formazione, newsletter, programmi di onboarding per i nuovi assunti, incontri formativi.</i>
LAVORATORI ESTERNI	Professionisti che collaborano con Biofarma senza essere suoi dipendenti diretti, come i liberi professionisti.	
FORNITORI - ALTRI	Organizzazioni che forniscono a Biofarma materie prime, materiali, servizi e tecnologie.	
CLIENTI	Fruitori dei prodotti o servizi offerti da Biofarma, incluse le associazioni dei consumatori.	<i>Servizio clienti dedicato.</i>
INVESTITORI	Individui o entità che possiedono o possiederanno quote proprietarie all'interno di Biofarma.	<i>Report finanziari e sito web istituzionale.</i>
SOCIETÀ E COMUNITÀ LOCALI	Il contesto sociale delle aree in cui Biofarma opera, che può influenzare le attività aziendali sia direttamente che indirettamente.	<i>Eventi e iniziative culturali, incontri con i rappresentanti delle associazioni, delle organizzazioni e della comunità locale, oltre all'uso dei social network.</i>
ISTITUZIONI	Istituzioni che possono influenzare direttamente o indirettamente le operazioni di Biofarma, quali regioni, province, comuni e università con cui l'azienda collabora.	<i>Incontri mirati.</i>
ISTITUTI FINANZIARI	Istituti bancari e di credito che finanziano le attività di Biofarma.	<i>Report finanziari periodici e sito web istituzionale.</i>
ASSOCIAZIONI E ONG	Organizzazioni private senza scopo di lucro operanti in settori significativi per Biofarma, come associazioni ambientaliste, di nutrizione umana, animaliste e simili.	<i>Incontri e iniziative culturali, oltre al coinvolgimento tramite progetti.</i>
MEDIA E STAMPA	Media internazionali, nazionali e locali, quali televisione, stampa, radio e web, che possono influenzare le attività di Biofarma sia direttamente che indirettamente.	<i>Sito web istituzionale e social network.</i>

# La matrice di materialità

A partire dal 5 gennaio 2023 è entrata in vigore la nuova direttiva europea sulla rendicontazione di sostenibilità aziendale, conosciuta come “**Corporate Sustainability Reporting Directive**” (CSRD). In questo contesto Biofarma, sebbene non rientri

tra le aziende obbligate a fornire queste informazioni, ha deciso di produrre il suo **terzo Bilancio di Sostenibilità**, dimostrando il proprio impegno nella trasparenza e nell’allineamento alle nuove normative in materia di reporting e compliance.

## LA DOPPIA MATERIALITÀ

Per individuare le tematiche direttamente correlate al business dell’Azienda, è stato somministrato un **questionario di rilevazione** sia al top management aziendale sia a diversi gruppi di stakeholder.

Agli stakeholder è stata richiesta una valutazione puntuale per quanto concerne **la rilevanza e il presidio di alcune prerogative ESG** specifiche all’interno dell’Azienda rispetto alla realtà di riferimento. L’assegnazione di un punteggio su scala numerica da 1 (non rilevante) a 5 (estremamente rilevante) ha permesso di **individuare e classificare per priorità i temi materiali per Biofarma**, in termini di obiettivi e strategie.

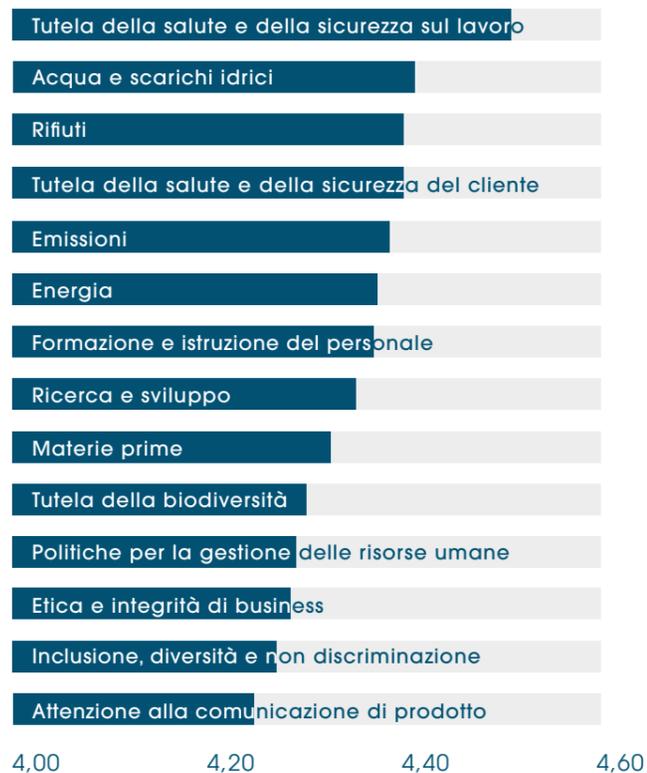
Attraverso l’attività di raccolta e interpretazione dei risultati è stato possibile **comprendere le priorità strategiche di Biofarma**, le principali

opportunità/criticità del business e come queste possano influire sulla dimensione del valore condiviso e della sostenibilità, **individuando così 14 temi materiali**, ciascuno associato ad un impatto positivo e uno negativo.

Nello specifico la somministrazione del questionario, le cui risposte sono state trattate in forma anonima, ha registrato **689 riscontri**, di cui 221 provenienti dal **Management** (19%) e dai **dipendenti** (81%) dell’Azienda e 468 provenienti da **stakeholder esterni**, principalmente clienti (20%) e fornitori (80%).

I risultati della doppia materialità hanno guidato la definizione di strategie mirate, in linea con le linee guida del GRI 3.1, 3.2 e 3.3, al fine di gestire efficacemente le esternalità.

Sono stati introdotti, inoltre, specifici KPI adattati al contesto del terzo anno di rendicontazione.



Il grafico soprastante riporta la **prioritizzazione dei temi materiali** per l'Azienda in ordine di punteggio ottenuto (in una scala da 1 a 5). Emerge chiaramente che, sia sulla base delle valutazioni interne del Management e dei dipendenti, sia attraverso le considerazioni esterne degli stakeholder, i temi di maggiore rilevanza per l'Azienda sono quelli legati alla **"Tutela della sicurezza e della salute sul lavoro"**, ad **"Acqua e scarichi idrici"** e ai **"Rifiuti"**.

Per offrire una visione più ampia sulla sostenibilità aziendale, vengono messi in relazione **gli impatti più generali con i relativi temi materiali** nel contesto del Bilancio di Sostenibilità di Biofarma Group. Questo approccio offre una visione completa e trasparente sul contributo continuo dell'Azienda alla sostenibilità nel contesto settoriale in cui opera.

IMPATTO POSITIVO	TEMI	IMPATTO NEGATIVO
Biofarma adotta misure per garantire un ambiente di lavoro sicuro e sano per i dipendenti, implementando pratiche di prevenzione degli incidenti e delle malattie professionali. Potrebbe fornire formazione appropriata per la sicurezza sul lavoro e promuovere una cultura della sicurezza.	 <b>TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO</b>	La mancanza di attenzione alla salute e sicurezza sul lavoro potrebbe portare a incidenti, infortuni o malattie professionali tra i dipendenti, compromettendo la loro salute e benessere e creando un ambiente di lavoro negativo.
Biofarma implementa pratiche per il risparmio idrico, adottando tecnologie efficienti e riducendo gli sprechi nell'uso delle risorse idriche, contribuendo così alla conservazione delle risorse idriche e alla protezione degli ecosistemi idrici.	 <b>ACQUA E SCARICHI IDRICI</b>	L'utilizzo non responsabile delle risorse idriche, ad esempio attraverso l'inquinamento delle acque o l'uso eccessivo, potrebbe causare un esaurimento delle risorse idriche e danneggiare gli ecosistemi acquatici.
Biofarma adotta pratiche di gestione dei rifiuti responsabili, come il riciclaggio e lo smaltimento sicuro dei rifiuti pericolosi, riducendo così l'impatto ambientale e promuovendo la sostenibilità.	 <b>RIFIUTI</b>	La gestione inadeguata dei rifiuti, inclusi quelli pericolosi, potrebbe causare inquinamento ambientale, rischi per la salute pubblica e sanzioni legali.
Biofarma mette in atto rigorosi controlli di qualità e sicurezza per garantire che i prodotti farmaceutici e cosmetici siano sicuri ed efficaci per i clienti. Inoltre, potrebbe fornire informazioni chiare e accurate sull'uso corretto dei prodotti, promuovendo la salute e il benessere dei clienti.	 <b>TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEL CLIENTE</b>	In caso di prodotti difettosi, informazioni errate o problemi di sicurezza dei prodotti, l'azienda potrebbe mettere a rischio la salute dei clienti, compromettendo la fiducia del pubblico nei confronti dell'azienda.
	 <b>EMISSIONI</b>	L'assenza di controlli sulle emissioni inquinanti potrebbe portare all'aumento dell'inquinamento atmosferico e sanzioni legali, danneggiando l'ambiente e la reputazione aziendale.

IMPATTO POSITIVO	TEMI	IMPATTO NEGATIVO
Biofarma adotta misure per ridurre il consumo energetico, migliorando l'efficienza dei processi produttivi e investendo in fonti di energia rinnovabile, contribuendo così alla riduzione dell'impatto ambientale legato al consumo energetico.	 <b>ENERGIA</b>	La mancanza di un'adeguata gestione energetica potrebbe comportare un consumo eccessivo di energia e un aumento delle emissioni di gas serra, influenzando negativamente le risorse energetiche e sull'ambiente.
Biofarma investe nella formazione continua e nello sviluppo professionale dei propri dipendenti, offrendo opportunità di apprendimento e crescita. Ciò può portare a una forza lavoro più competente e motivata, migliorando la produttività e la qualità del lavoro.	 <b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE</b>	La mancanza di investimenti nella formazione e nello sviluppo del personale può limitare le opportunità di crescita dei dipendenti e ridurre la loro motivazione, portando a una ridotta qualità del lavoro e alla fuga di talenti.
Biofarma investe in ricerca e sviluppo per innovare e migliorare continuamente i propri prodotti e processi, contribuendo alla creazione di soluzioni all'avanguardia e mantenendo un vantaggio competitivo nel settore farmaceutico.	 <b>RICERCA E SVILUPPO</b>	La riduzione degli investimenti in ricerca e sviluppo potrebbe limitare l'innovazione e la competitività dell'azienda, riducendo la capacità di sviluppare nuovi prodotti e migliorare quelli esistenti.
Biofarma adotta politiche per l'approvvigionamento responsabile delle materie prime, preferendo fonti sostenibili, riciclate o provenienti da fornitori che rispettano gli standard ambientali e sociali, riducendo così l'impatto negativo sull'ambiente e promuovendo pratiche etiche.	 <b>MATERIE PRIME</b>	L'utilizzo di materie prime non sostenibili, ottenute da fonti non certificate o provenienti da pratiche dannose per l'ambiente, potrebbe contribuire alla deforestazione, all'estinzione di specie e all'aggravarsi di problemi ambientali.
Le attività aziendali impattano in modo indiretto sulla gestione degli ambienti circostanti in maniera positiva proporzionalmente ad attività filantropiche di preservazione.	 <b>TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ</b>	Le attività aziendali che non tengono conto della biodiversità possono contribuire alla perdita di habitat, minacciando le specie locali e alterando gli equilibri degli ecosistemi.

IMPATTO POSITIVO	TEMI	IMPATTO NEGATIVO
Biofarma promuove un ambiente di lavoro sano e sicuro, offrire buoni salari, benefici e opportunità di sviluppo professionale ai dipendenti, migliorando il loro benessere e creando un'atmosfera di lavoro positiva.	 <b>POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE</b>	La mancanza di attenzione al capitale umano potrebbe portare a condizioni di lavoro precarie e poca salubrità dell'ambiente lavorativo.
Biofarma adotta un approccio etico e integrato nelle sue operazioni commerciali, evitando pratiche sleali, corruzione e conflitti di interesse.	 <b>ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS</b>	La mancanza di etica e integrità potrebbe portare a comportamenti scorretti, danneggiando la reputazione dell'azienda e minando la fiducia dei clienti e degli stakeholder.
Biofarma promuove un ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso della diversità e libero da discriminazioni, valorizzando le differenze individuali e migliorando la coesione e l'innovazione all'interno del team.	 <b>INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE</b>	La mancanza di politiche per l'inclusione, diversità e non discriminazione può portare a un ambiente di lavoro esclusivo, limitando la diversità di pensiero e talento all'interno dell'azienda.
Biofarma garantisce che la comunicazione dei prodotti sia chiara, trasparente e accurata, fornendo informazioni complete e veritiere per aiutare i clienti a fare scelte informate e sicure riguardo ai prodotti offerti.	 <b>ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO</b>	La comunicazione scorretta o ingannevole dei prodotti potrebbe portare a fraintendimenti, problemi legali e perdita di fiducia da parte dei clienti.

La tabella successiva viene proposta per **collegare i temi materiali individuati con i riferimenti normativi e gli standard** presenti a livello internazionale.

SDGS	SASB	ESG CERT.	EFRAG	GRI
<b>TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO</b>				
<b>Obiettivo 3:</b> Buona salute e benessere per le persone	Labor Practices	Conformità legale	<b>ESRS S1</b> Forza lavoro propria	<b>403</b> Salute e sicurezza sul lavoro
<b>ACQUA E SCARICHI IDRICI</b>				
<b>Obiettivo 6:</b> Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	Water & Wastewater Management	Inquinamento e rifiuti	<b>ESRS E3</b> Risorse idriche e marine	<b>303</b> Acqua e scarichi idrici
<b>RIFIUTI</b>				
<b>Obiettivo 12:</b> Consumo e produzione responsabile	Waste & Hazardous Materials Management	Inquinamento e rifiuti	<b>ESRS E5</b> Risorse ed economia circolare	<b>306</b> Rifiuti
<b>TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEL CLIENTE</b>				
<b>Obiettivo 17:</b> Partnership per gli obiettivi	Customer Welfare	Sicurezza e qualità del prodotto/servizio	<b>ESRS S4</b> Clienti e utenti finali	<b>416</b> Salute e sicurezza dei clienti
<b>EMISSIONI</b>				
<b>Obiettivo 13:</b> I cambiamenti del clima	GHG Emissions	Emissioni di gas serra	<b>ESRS E2</b> Inquinamento	<b>305</b> Emissioni
<b>ENERGIA</b>				
<b>Obiettivo 7:</b> Energia pulita e accessibile	Energy Management	Consumo energetico	<b>ESRS E5</b> Risorse ed economia circolare	<b>302</b> Energia
<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE</b>				
<b>Obiettivo 4:</b> Educazione paritaria e di qualità	Employee Engagement, Diversity & Inclusion	Produttività, competenze e sviluppo dei lavoratori	<b>ESRS S2</b> Lavoratori della catena del valore	<b>404</b> Formazione e istruzione

SDGS	SASB	ESG CERT.	EFRAG	GRI
<b>RICERCA E SVILUPPO</b>				
<b>Obiettivo 9:</b> Imprese, Innovazione e Infrastrutture	Business Model Resilience	Capacità e competenza organizzative	<b>ESRS G1</b> Condotta aziendale	<b>201</b> Performance economiche
<b>MATERIE PRIME</b>				
<b>Obiettivo 12:</b> Consumo e produzione responsabile	Materials Sourcing & Efficiency	Emissioni di gas serra	<b>ESRS E5</b> Risorse ed economia circolare	<b>301</b> Materiali
<b>TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ</b>				
<b>Obiettivo 15:</b> Vita sulla terra	Ecological Impacts	Divulgazione e trasparenza	<b>ESRS E4</b> Biodiversità ed ecosistemi	<b>304</b> Biodiversità
<b>POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE</b>				
<b>Obiettivo 8:</b> Lavoro dignitoso e crescita economica	Employee Health & Safety	Produttività, competenze e sviluppo dei lavoratori	<b>ESRS S1</b> Forza lavoro propria	<b>402</b> Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali
<b>ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS</b>				
<b>Obiettivo 16:</b> Pace, giustizia e istituzioni solide	Business Ethics	Codice di condotta	<b>ESRS G1</b> Condotta aziendale	Richiamo a tutti quanti
<b>INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE</b>				
<b>Obiettivo 10:</b> Ridurre le disuguaglianze	Employee Engagement, Diversity & Inclusion	Diritti umani	<b>ESRS S1</b> Forza lavoro propria	<b>405</b> Diversità e pari opportunità
<b>ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO</b>				
<b>Obiettivo 8:</b> Lavoro dignitoso e crescita economica	Product Quality & Safety	Sicurezza e qualità del prodotto/servizio	<b>ESRS G1</b> Condotta aziendale	<b>416</b> Salute e sicurezza dei clienti

# Il piano strategico di sostenibilità

Nel panorama aziendale odierno, **la sostenibilità rappresenta un elemento cruciale non solo per il rispetto delle normative, ma anche per il successo a lungo termine.**

**Biofarma**, consapevole della crescente importanza delle pratiche sostenibili, **ha sviluppato un piano strategico dettagliato** volto a integrare principi di sostenibilità in tutte le sue operazioni.

Il piano strategico di sostenibilità di Biofarma ne delinea gli obiettivi chiave, le iniziative principali e i risultati attesi. **L'obiettivo principale di Biofarma è non solo conformarsi alle normative vigenti, ma anche di superare le aspettative del settore, dimostrando leadership e innovazione nell'ambito della sostenibilità.**

Il Piano di Sostenibilità 2030 di Biofarma si fonda su una visione chiara: **“Attraverso scelte strategiche e azioni quotidiane consapevoli, ci impegniamo a creare un impatto positivo duraturo che plasmi un futuro prospero e sostenibile per la comunità e le generazioni future”.**

Questo impegno si articola attraverso **cinque pilastri fondamentali**, ciascuno con punti strategici specifici, obiettivi chiari e iniziative mirate:

## UN VIAGGIO CHE INIZIA LONTANO

**Il presidio dei propri impatti su ambiente e società è da sempre per Biofarma una prerogativa essenziale per allineare l'operatività alla vision aziendale.**

Nel 2020, questo approccio ha dato vita ad un primo **Piano di Sostenibilità** che ha collettato iniziative già in atto e progettualità per il futuro. Il lasso temporale definito di breve termine ha permesso al Gruppo di concentrare gli sforzi per il raggiungimento di obiettivi di interesse primario, rendicontati degli scorsi bilanci come in questo.

Il dettaglio del piano è stato condiviso nel Bilancio 2022 e, come anticipato, alimenta la gestione dei temi sul Bilancio presente.

Tale strumento è stato per Biofarma **un driver di miglioramento** e una necessità per definire in maniera strutturata delle iniziative ESG coerenti con la crescita aziendale e la maturità sul tema.

**L'aggiornamento del Piano Strategico di Sostenibilità** è la chiave attraverso cui Biofarma **si prefigge di impostare specifici target** e iniziative anche a lungo termine che siano in grado di allineare la visione del Gruppo con gli obiettivi internazionali di Sviluppo Sostenibile.



## IL PIANO SI BASA SU QUATTRO PRINCIPI FONDAMENTALI:

 **DIVULGAZIONE**

 **FORMAZIONE**

 **IMPEGNO**

 **COMUNICAZIONE**

Gli obiettivi definiti nel Piano hanno un perimetro di azione coerente con quello del Bilancio e quindi definiti per l'Italia e la Francia.

L'apertura del perimetro del documento vedrà un conseguente allineamento di target e obiettivi al perimetro più ampio.



### DIVULGAZIONE

Si riferisce alla **trasparenza e alla condivisione delle informazioni riguardanti le pratiche di sostenibilità, i progressi e i risultati raggiunti** da Biofarma. È fondamentale per costruire la fiducia tra gli stakeholder, inclusi i dipendenti, i clienti, gli investitori e la comunità.

### FORMAZIONE

Implica l'**educazione e la sensibilizzazione dei dipendenti e degli stakeholder sulle pratiche di sostenibilità** e sull'importanza di queste per l'azienda e la società. La formazione è cruciale per assicurare che tutti i membri dell'organizzazione comprendano il loro ruolo nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e siano equipaggiati con le conoscenze e le competenze necessarie.

### IMPEGNO

Si riferisce alla **dedizione e alla volontà di Biofarma di integrare i principi di sostenibilità in tutte le sue operazioni e strategie** aziendali. Un forte impegno verso la sostenibilità dimostra che Biofarma considera queste pratiche non solo come una responsabilità, ma anche come un'opportunità per innovare e crescere in modo sostenibile.

### COMUNICAZIONE

Si riferisce alla **promozione continua del dialogo e dello scambio di informazioni riguardanti la sostenibilità** sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione. Una comunicazione efficace assicura che gli sforzi di sostenibilità siano riconosciuti e supportati dagli stakeholder. Facilita anche la collaborazione e l'innovazione, poiché idee e feedback possono essere raccolti e integrati.

# Gestione dell'energia e delle emissioni

La gestione efficace dell'energia e delle emissioni è essenziale per la sostenibilità e la crescita economica a lungo termine del business: la riduzione del consumo energetico e delle emissioni consente di **minimizzare l'impatto ambientale** e ottenere significativi risparmi sui costi operativi, che possono essere reinvestiti nell'azienda per promuovere l'innovazione, migliorare l'efficienza operativa e rafforzare il vantaggio competitivo sul mercato.

Dal punto di vista energetico, **la riduzione del consumo** attraverso tecnologie efficienti e fonti rinnovabili **diminuisce la dipendenza dai combustibili fossili**, mitigando i rischi associati alla volatilità dei prezzi dell'energia e alle interruzioni della fornitura, traducendosi in minori costi operativi e possono sbloccare nuove fonti di reddito attraverso incentivi e crediti di carbonio.

Queste pratiche contribuiscono al benessere degli stakeholder e delle comunità in cui l'azienda opera, **assicurando un ambiente più sano e supportando lo sviluppo sociale ed economico.**

Integrare la sostenibilità nelle strategie aziendali principali permette di allinearsi con le tendenze globali e le richieste normative, garantendo la posizione dell'azienda come leader di settore responsabile e lungimirante.

OBIETTIVO		KPI	TARGET
<b>TRANSIZIONE ALLE FONTI DI ENERGIA RINNOVABILE</b>	Investire in tecnologie e infrastrutture che riducano l'uso di combustibili fossili, come l'installazione di impianti fotovoltaici, eolici o a bioenergia.	Elettricità consumata rinnovabile (% del totale acquistato) - Emissioni Scope 2.	100% <sup>1</sup>
<b>EFFICIENZA ENERGETICA</b>	Implementare misure per ridurre il consumo energetico negli stabilimenti di produzione e nelle sedi aziendali attraverso l'adozione di tecnologie efficienti, il monitoraggio dei consumi e programmi di sensibilizzazione dei dipendenti.	Elettricità consumata - intensità (GJ/k€).	-30% <sup>2</sup>
<b>RIDUZIONE DELLE EMISSIONI</b>	Stabilire obiettivi per ridurre le emissioni di gas serra e implementare azioni per monitorare, misurare e ridurre le emissioni attraverso processi di produzione migliorati e logistica ottimizzata.	Emissioni totali (CO <sub>2</sub> eq).	-28% <sup>3</sup>
<b>COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI</b>	Adottare strategie per compensare le emissioni residue attraverso progetti di riforestazione o l'acquisto di crediti di carbonio e supportare la catena di fornitura.	Emissioni Scope 3 totali (CO <sub>2</sub> eq).	-25% <sup>4</sup>

<sup>1</sup> Obiettivo ad oggi definito per sedi di Italia e Francia

<sup>2</sup> Obiettivo ad oggi definito per sedi di Italia e Francia

<sup>3</sup> Obiettivo che tiene conto di un base year calcolato per le sedi Italiane ma che, in coerenza con l'iscrizione a CDP verrà esteso a un perimetro di Gruppo

<sup>4</sup> Obiettivo che tiene conto di un base year calcolato per le sedi Italiane ma che, in coerenza con l'iscrizione a CDP verrà esteso a un perimetro di Gruppo

## INIZIATIVE

Per raggiungere gli obiettivi di gestione dell'energia e delle emissioni, l'azienda ha implementato o sta implementando una serie di iniziative strategiche:



### GREEN ENERGY

Acquisto di energia 100% verde per ridurre l'uso di combustibili fossili e aumentare la quota di energia rinnovabile.



### INSTALLAZIONI FOTVOLTAICHE

Aggiornamento delle installazioni fotovoltaiche per aumentare il consumo di energia da fonti rinnovabili.



### GESTIONE DELLA TEMPERATURA

Miglioramento della gestione della temperatura nei magazzini e nei reparti per ottimizzare l'efficienza energetica.



### RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

Miglioramento dell'efficienza energetica del processo produttivo per ridurre le emissioni totali per tonnellata di prodotto.



### EFFICIENZA ENERGETICA

Miglioramento delle strutture in termini di efficienza energetica per ridurre il consumo complessivo di energia.



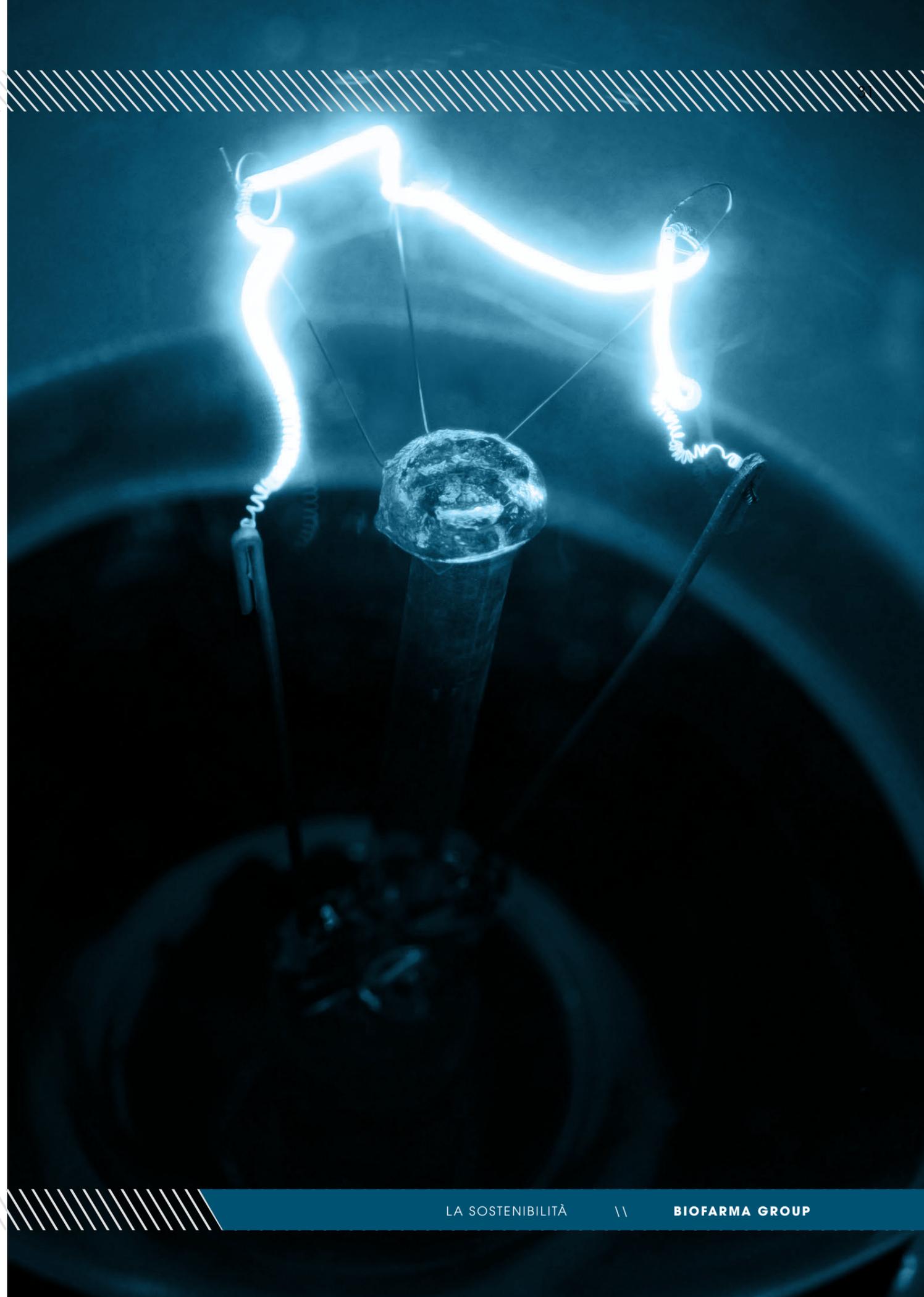
### SISTEMA DI MONITORAGGIO

Miglioramento dei sistemi di monitoraggio degli impianti per garantire un uso più efficiente dell'energia.



### AMBITO GLOBALE

Estensione del perimetro di raccolta dati a Francia e Stati Uniti per un monitoraggio più completo e accurato delle performance energetiche e delle emissioni.



# Gestione dei rifiuti e riciclabilità

La corretta gestione dei rifiuti rappresenta un punto importante per garantire una riduzione significativa dell'impatto ambientale e un miglioramento della performance economica e sociale. La gestione efficiente dei rifiuti non solo contribuisce alla minimizzazione dei materiali destinati alle discariche, ma **incide direttamente sull'efficienza operativa** e sulla reputazione aziendale.

L'implementazione di pratiche di riciclaggio e di economia circolare può portare a una **riduzione dei costi associati alla gestione dei rifiuti** e all'acquisto di materie prime, grazie al recupero e al riutilizzo di materiali preziosi.

Inoltre, una solida strategia di gestione dei rifiuti può **migliorare l'immagine aziendale**, rafforzare la fiducia dei clienti e attrarre investitori sempre più sensibili alle tematiche ambientali.

L'adozione di politiche e tecnologie innovative per il trattamento e il riciclo dei rifiuti **promuove anche la sostenibilità della catena di fornitura e contribuisce a**

**generare un impatto positivo** a livello locale e globale, creando opportunità di lavoro e stimolando l'innovazione.

OBIETTIVO <sup>1</sup>		KPI	TARGET
<b>RIDUZIONE DEI RIFIUTI</b>	Implementare politiche per ridurre la produzione di rifiuti attraverso la revisione dei processi produttivi, l'ottimizzazione degli imballaggi e la formazione dei dipendenti.	Intensità di produzione di rifiuti (tonnellate/M€)	-30%
<b>RICICLAGGIO E RECUPERO</b>	Promuovere il riciclaggio interno ed esterno dei materiali utilizzati nei processi produttivi e dei rifiuti generati, collaborando con fornitori e partner per garantire la corretta gestione dei materiali.	Rifiuti destinati al riciclo - Intensità (kg/M€)	+30%
<b>GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE</b>	Miglioramento della gestione delle risorse idriche in termini di prelievo e scarico.	Litri di acqua prelevata - Intensità (m <sup>3</sup> /K€)	-30%
<b>INNOVAZIONE DEI MATERIALI</b>	Investire nella ricerca e nello sviluppo di materiali biodegradabili e compostabili per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti e dei loro imballaggi.	Percentuale dei prodotti con materiale riciclato/riciclabile	Gli obiettivi sono in fase di definizione in coerenza con lo sviluppo di specifiche normative e avanzamento delle progettualità di calcolo

<sup>1</sup> Obiettivi ad oggi definiti per sedi di Italia e Francia

## INIZIATIVE

Per raggiungere gli obiettivi di gestione dei rifiuti e di riciclabilità, l'azienda ha implementato o sta implementando una serie di iniziative strategiche:



### WASTE MONITORING SYSTEM

Creazione di un sistema di tracciabilità e monitoraggio per ogni tipo di rifiuto prodotto, utilizzando una prospettiva più ampia che comprende anche la Supply Chain.



### CALCOLO LCA

Sviluppo di un progetto LCA per identificare le famiglie di prodotto dove concentrare le attività di efficientamento.



### RIDUZIONE DEI RIFIUTI DERIVANTI DAL PACKAGING

Riduzione dell'utilizzo dei materiali per il packaging, evitando la creazione di rifiuti ed il fenomeno dell'over packaging.



### UTILIZZO DI MATERIALE RICICLATO

Promozione del riutilizzo e dell'utilizzo dei materiali riciclati, a discapito di quelli vergini, estendendo la vita utile di quelli già prodotti.



### ECO-DESIGN

Sviluppo di eco-design con soluzioni progettate per il disassemblaggio o per lo smaltimento in un'unica specifica filiera di rifiuti.



### MONITORAGGIO DEI RISCHI AMBIENTALI

Monitoraggio delle aree di attività del gruppo per i rischi ambientali e la conservazione della biodiversità, gestendo in modo ottimale i flussi di rifiuti.



### IMBALLAGGI SOSTENIBILI

Materiali monocomponente, prodotti in RPET e altri progetti focalizzati sulla sostituzione dei materiali petrolchimici, sviluppo di protezioni solari ecologiche, utilizzo di propellenti privi di VOC e sistemi aerosol BOV.

# Governance aziendale e sostenibilità

**Una solida governance aziendale** assicura che le decisioni siano prese in modo trasparente, etico e responsabile, **promuovendo la fiducia tra gli stakeholder** e facilitando la conformità alle normative, in quanto la conformità alle leggi e ai regolamenti per Biofarma non è solo un obbligo legale, ma anche un impegno verso la sostenibilità e l'integrità aziendale.

Una buona governance aziendale crea un quadro strutturato in cui operano i processi decisionali, **garantendo che l'azienda rimanga allineata ai suoi obiettivi strategici e valori fondamentali.**

Questo include **la gestione dei rischi, la protezione degli interessi degli azionisti, e il rispetto dei diritti dei dipendenti e delle comunità locali.** La conformità, d'altro canto, garantisce che tutte le operazioni aziendali rispettino le normative ESG, prevenendo sanzioni legali e danni reputazionali.

Il rafforzamento della governance aziendale e della conformità **consente di identificare e gestire meglio i rischi ESG**, migliorando la resilienza dell'azienda in un contesto economico e normativo in continua evoluzione.

Questi principi di governance e conformità non solo proteggono l'azienda da potenziali problemi legali, ma creano anche un

ambiente di fiducia e collaborazione, essenziale per l'innovazione e la crescita sostenibile: l'implementazione di una governance aziendale robusta e un programma di conformità efficace significa **impegnarsi a essere responsabili** verso tutti gli stakeholder, contribuendo a un futuro sostenibile e prospero per l'azienda e le comunità in cui opera.

OBBIETTIVO <sup>1</sup>		KPI	TARGET
<b>TRASPARENZA E REPORTING</b>	Adottare pratiche di governance affidabili e trasparenti comunicando chiaramente gli obiettivi ESG, le politiche e le performance.	% di documenti ESG Condivisi	100%
<b>IMPATTO SOCIALE ED ETICO</b>	Integrare considerazioni etiche e sociali nel management del business, ad esempio attraverso policy D&I, Rispetto dei Diritti Umani e adozione del Codice Etico.	Valore economico distribuito (Maggiori informazioni in "2.3 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder").	Gli obiettivi sono in fase di definizione in coerenza con lo sviluppo di specifiche normative e avanzamento delle progettualità di calcolo.
<b>COINVOLGIMENTO ATTIVO DEL MANAGEMENT</b>	Coinvolgere attivamente il management nelle decisioni riguardanti la sostenibilità, assicurando che questo tema sia integrato nella Corporate Strategy in tutti i suoi livelli.	MBO su componenti ESG	Gli obiettivi sono in fase di definizione in coerenza con lo sviluppo di specifiche normative e avanzamento delle progettualità di calcolo.

<sup>1</sup> Obiettivi ad oggi definiti per sedi di Italia e Francia

## INIZIATIVE

Per raggiungere gli obiettivi di governance aziendale e sostenibilità, l'azienda ha implementato o sta implementando una serie di iniziative strategiche:



### GOVERNANCE VIRTUOSA

Collaborazione con UN Global Compact e istituzione di un Sustainability Committee.



### COINVOLGIMENTO SOCIALE

"Progetto Madagascar", con l'intento di produrre medicinali e fornire le cure necessarie per garantire il trattamento e la sopravvivenza dei bambini e delle famiglie locali.



### KPIs ESG

Definizione di KPI ESG per gli MBO della direzione coinvolta nei processi di ottimizzazione.



### COMUNITÀ

Progetto con la "Cooperativa Arte e Libro" di Udine per avviare un'iniziativa volta a promuovere l'occupazione di persone con disabilità fisiche e mentali significative.



### PIANO DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Implementazione di un Piano di Soddisfazione del Cliente strutturato.





## Coinvolgimento degli stakeholder

Ascoltare e rispondere alle esigenze e alle aspettative degli stakeholder consente di costruire relazioni di fiducia, migliorare la trasparenza e promuovere la responsabilità sociale: **il coinvolgimento attivo degli stakeholder contribuisce a identificare e gestire i rischi, scoprire opportunità di miglioramento e innovazione, e garantire che le strategie aziendali siano allineate con le aspettative della società.**

È per questo che **Biofarma pone al centro della propria Strategia di Sostenibilità il processo di Stakeholder Engagement**, rendendolo un vero e proprio pilastro.



### OBBIETTIVO<sup>1</sup>

<b>DIVERSITÀ E INCLUSIONE</b>	Creare un ambiente di lavoro che celebri e rispetti le differenze tra gli individui, promuovendo la diversità di prospettive, esperienze e background. L'obiettivo è accogliere e valorizzare le differenze di genere, etnia, abilità, orientamento sessuale e background socio-economico.
<b>BENESSERE DEI DIPENDENTI</b>	Investire in risorse e programmi mirati a migliorare la salute fisica, mentale ed emotiva e il benessere dei dipendenti. Questo può includere l'accesso a servizi sanitari, programmi di supporto psicologico e politiche di flessibilità lavorativa per favorire un migliore equilibrio tra vita professionale e privata.
<b>SICUREZZA SUL LAVORO</b>	Concentrarsi sulla creazione di un ambiente sicuro che protegga i dipendenti dai rischi e promuova il benessere, garantendo una forza lavoro produttiva e protetta.
<b>OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO</b>	Fornire opportunità di sviluppo professionale e personale ai dipendenti attraverso programmi di formazione, sviluppo delle competenze e mentorship.
<b>COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI</b>	Incoraggiare la partecipazione attiva dei dipendenti alle attività di gruppo e costruire relazioni durature per migliorare l'attrattiva e la fidelizzazione.

<sup>1</sup> Obiettivi ad oggi definiti per sedi di Italia e Francia

## INIZIATIVE

Per raggiungere gli obiettivi di coinvolgimento degli stakeholder, l'azienda ha implementato o sta implementando una serie di iniziative strategiche:



### EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

Definizione di un documento che descrive il set di benefici, opportunità ed esperienze che Biofarma si impegna a fornire ai dipendenti attuali e futuri.



### ONBOARDING

Programma strutturato per l'integrazione dei nuovi assunti in azienda, riducendo i tempi per raggiungere la produttività e massimizzando il coinvolgimento e l'empowerment.



### WELL-BEING

Progetto di benessere coerente con l'identità del marchio e il core business, centrato sulle persone e assicurando un benessere a 360° attraverso un processo di ascolto profondo.



### TRAINING AND DEVELOPMENT

Sviluppo e utilizzo di una piattaforma di formazione per migliorare l'accessibilità e la precisione nel monitoraggio.



### TOP EMPLOYER

Mantenimento della certificazione di Top Employer per garantire l'eccellenza nelle pratiche di gestione delle risorse umane.



### ENGAGEMENT SURVEY

Piattaforma per l'analisi del clima aziendale e del coinvolgimento. Ad esempio, Beaconforce è uno strumento di ascolto basato sulla psicologia positiva, le scienze comportamentali e le neuroscienze.



### SOCIAL AND DIVERSITY INVOLVEMENT

I dipendenti sono attivamente coinvolti in progetti specifici (es. "Arte e Libro", "Madagascar") per sperimentare direttamente e partecipare all'interazione del gruppo con la comunità.



## Performance economica

Una delle componenti fondamentali della sostenibilità, insieme a quella ambientale e sociale, è rappresentata dalla capacità delle imprese di sopravvivere nel mercato: un'azienda finanziariamente solida può **investire in tecnologie innovative, sviluppare nuovi prodotti, espandersi in nuovi mercati e mantenere elevati standard** di governance e conformità.

L'approccio di Biofarma alla performance economica integra la sostenibilità nelle strategie aziendali, creando valore sia per l'azienda sia per la società.

Questo impegno verso la sostenibilità economica si traduce in **una gestione attenta delle risorse, investimenti in progetti sostenibili e una costante ricerca di opportunità di crescita** che siano in linea con i principi ESG (ambientali, sociali e di governance).



OBBIETTIVO	KPI	TARGET	
<b>INVESTIMENTI SOSTENIBILI</b>	Allocare risorse finanziarie a progetti e iniziative che generano valore economico e sociale, ad esempio investendo in tecnologie pulite, formazione dei dipendenti e innovazione sostenibile.	Percentuale di fatturato allineata alla tassonomia.	Gli obiettivi sono in fase di definizione in coerenza con lo sviluppo di specifiche normative e avanzamento delle progettualità di calcolo.
<b>VALUTAZIONE DEI RISCHI</b>	Integrare la valutazione dei rischi ambientali, sociali e di governance (ESG) nei processi decisionali e di investimento aziendali per garantire una gestione dei rischi solida.	Rischio medio sugli asset ESG.	Gli obiettivi sono in fase di definizione in coerenza con lo sviluppo di specifiche normative e avanzamento delle progettualità di calcolo.
<b>CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO</b>	Adottare strategie mirate a creare valore condiviso per l'azienda e la società, identificando opportunità di business che soddisfino i bisogni della società e generino benefici economici a lungo termine.	Valore economico distribuito (%).	+90% (2030)

## INIZIATIVE

Per raggiungere gli obiettivi di performance economica, l'azienda ha implementato o sta implementando una serie di iniziative strategiche:



### STRUTTURA DI RICERCA E SVILUPPO (R&D)

Due divisioni distinte per la ricerca e l'innovazione con professionisti di alto livello, per promuovere l'innovazione aperta e tradurre idee innovative in progetti concreti.



### OTTIMIZZAZIONE DELLA CATENA DI FORNITURA

Ottimizzazione della catena di fornitura migliorando l'efficienza e la resilienza, riducendo i costi e migliorando la qualità del servizio.



### SVILUPPO DI PRODOTTI

Sviluppo di nuovi prodotti che soddisfano le esigenze del mercato e contribuiscono alla crescita economica sostenibile.



### TECNOLOGIE SOSTENIBILI

Investimenti in tecnologie sostenibili correlate alla tassonomia dell'UE per promuovere la sostenibilità a lungo termine.



### ESPANSIONE INTERNAZIONALE

Esplorare nuovi mercati e segmenti per diversificare le fonti di reddito e aumentare la presenza globale.

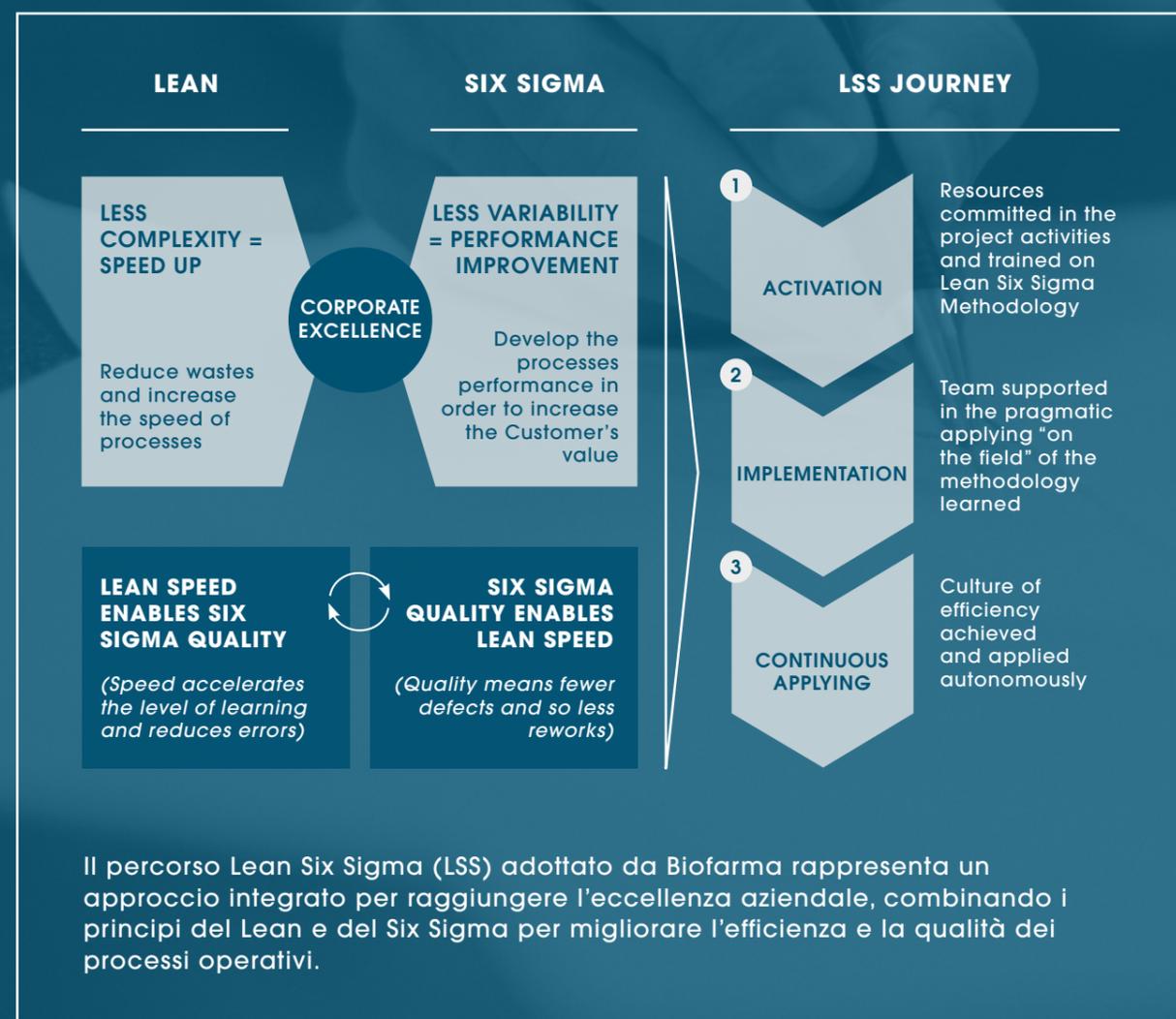


### CRESCITA SOSTENIBILE

Crescita del fatturato coerente con gli obiettivi di sostenibilità, seguendo gli indicatori di performance finanziaria classici.

# Biofarma Way for Excellence

È in programma il lancio del programma Biofarma Way for Excellence per migliorare l'eccellenza operativa e gestionale. Si tratta di un programma di potenziamento del Team di Biofarma attraverso Lean Six Sigma, un programma di sviluppo del talento che funge da motore per l'eccellenza aziendale del Gruppo.



## LEAN

Questo principio vuole ridurre la complessità per velocizzare i processi. L'obiettivo è eliminare gli sprechi e incrementare la rapidità operativa, ottenendo processi più snelli ed efficienti. Ridurre la complessità consente di accelerare l'esecuzione delle attività, migliorando al contempo la produttività e l'efficienza aziendale.

## SIX SIGMA

Il Six Sigma si concentra sulla riduzione della variabilità per migliorare le prestazioni dei processi. L'obiettivo è sviluppare processi che aumentino il valore per il cliente riducendo la variabilità e i difetti. Meno variabilità nei processi porta a un miglioramento delle prestazioni e della qualità complessiva dei prodotti e dei servizi offerti.

Combinando i principi del Lean e del Six Sigma, Biofarma mira a raggiungere l'eccellenza aziendale: la velocità ottenuta con l'approccio Lean favorisce la qualità Six Sigma e viceversa e l'aumento della velocità accelera l'apprendimento e riduce gli errori, mentre una maggiore qualità riduce i difetti e, quindi, le rielaborazioni, contribuendo a migliorare l'efficienza operativa complessiva.

## IL PERCORSO LSS

Il percorso Lean Six Sigma è suddiviso in tre fasi chiave:



### ATTIVAZIONE

In questa fase, le risorse aziendali sono impegnate nelle attività di progetto e ricevono formazione sulla metodologia Lean Six Sigma. L'obiettivo è preparare il team a comprendere e applicare i principi del LSS nelle operazioni quotidiane.



### IMPLEMENTAZIONE

Durante la fase di implementazione, il team viene supportato nell'applicazione pratica della metodologia appresa.



### APPLICAZIONE CONTINUA

L'ultima fase del percorso prevede l'adozione autonoma e continua della cultura dell'efficienza. Una volta raggiunta questa fase, l'azienda è in grado di mantenere e migliorare costantemente i propri processi operativi in modo autonomo, assicurando un miglioramento continuo e sostenibile.

# Approccio internazionale alla sostenibilità

Il settore farmaceutico e cosmetico è **sempre più focalizzato sulla sostenibilità**, riflettendo una tendenza globale verso pratiche più responsabili dal punto di vista ESG.

L'industria farmaceutica, pur essendo cruciale per la salute pubblica, presenta sfide significative in termini di impatto ambientale. La produzione, l'uso e lo smaltimento di farmaci possono causare contaminazione ambientale.

Per mitigare questi impatti, la **Commissione Europea ha introdotto regolamenti** che mirano a ridurre l'uso della plastica e a migliorare la raccolta differenziata<sup>1</sup>: sono presenti **diversi tipi di obiettivi**, a partire da quelli macro, **come la riduzione degli imballaggi** (del 5% entro il 2030, del 10% entro il 2035 e del 15% entro il 2040) ed altri che impongono ai Paesi UE di ridurre in particolare **i rifiuti di imballaggio in plastica**, fino ad arrivare a target per le aziende, ad esempio

esse dovranno offrire una determinata percentuale di prodotti in **packaging riutilizzabile o ricaricabile**, e verranno introdotti standard per una chiara etichettatura sul packaging riutilizzabile.

Le aziende farmaceutiche stanno adottando strategie di eco-design per migliorare la sostenibilità dei loro prodotti. **Tra le innovazioni principali vi sono l'uso di materiali riciclati come r-PET e r-HDPE, e l'adozione di bioplastiche derivanti da fonti rinnovabili come la canna da zucchero.** Sta aumentando anche l'uso di vetro, cartone certificato FSC e bioplastiche a base vegetale come il PLA.

Inoltre, l'uso di sottoprodotti dell'industria alimentare, come l'olio di oliva, sta diventando una pratica comune per creare materiali biodegradabili per il packaging. **Queste innovazioni non solo riducono l'impatto ambientale, ma migliorano anche la percezione del marchio tra i consumatori.**

Il confronto con altri settori, come l'industria automobilistica e quella alimentare, evidenzia similitudini e differenze nelle pratiche di sostenibilità. L'industria automobilistica, ad esempio, sta investendo pesantemente nella riduzione delle emissioni e nell'adozione di energie rinnovabili. Analogamente, il settore alimentare sta migliorando le pratiche di sostenibilità adottando imballaggi eco-friendly e riducendo gli sprechi alimentari.

<sup>1</sup> Fonte: European Commission, euronews

Il settore farmaceutico e cosmetico sta compiendo progressi significativi verso la sostenibilità attraverso l'adozione di pratiche innovative e l'allineamento alle regolamentazioni ambientali.

Tuttavia, si continua a dover affrontare sfide uniche legate alla natura dei prodotti e alla necessità di garantire la sicurezza e l'efficacia dei loro materiali e processi.

## COERENZA CON L'AMPLIAMENTO DEL PERIMETRO

Nell'ambito del suo impegno continuo per la sostenibilità e l'innovazione, **Biofarma ha integrato nel proprio portfolio Nutraskills**, un'azienda notevolmente allineata con una robusta strategia di sostenibilità. Questa acquisizione segna un passo importante per Biofarma, che rafforza la sua posizione di leader nel settore e promuove

l'integrazione di pratiche sostenibili avanzate nella sua operatività quotidiana. **Nutraskills si distingue per il suo impegno in un approccio di acquisti responsabili**, che tutela i diritti umani e minimizza l'impatto ambientale. L'azienda ha messo in atto diverse iniziative per supportare gli SDGs delle Nazioni Unite. **Nello specifico, la strategia di Nutraskills si fonda su:**



### ACQUISTI RESPONSABILI

NutraSkills lavora in maniera etica con i propri fornitori, firmando una carta di responsabilità sociale e auditando regolarmente le pratiche di sostenibilità.



### AMBIENTE

L'azienda si impegna a ridurre l'impatto ambientale attraverso la gestione dei rifiuti, la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e la promozione di imballaggi riciclati.



### SOCIALE E DIRITTI UMANI

NutraSkills pone grande attenzione ai diritti umani, garantendo un ambiente di lavoro sicuro, diversificato e inclusivo, e mantenendo una comunicazione costante con i propri collaboratori.

## GLOBAL COMPACT

Durante il 2023 **Biofarma ha avviato il processo per l'adesione all'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite**, una piattaforma di leadership volontaria per lo sviluppo, l'implementazione e la divulgazione di approcci al business responsabili.

Il Global Compact delle Nazioni Unite invita infatti le aziende di tutto il mondo ad **allineare le loro operazioni e strategie a dieci principi universalmente accettati** nelle aree dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione e ad agire a sostegno dei propositi delle Nazioni Unite incarnate negli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)**:



1. **Promuovere e rispettare i diritti umani** universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza.
2. **Assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.**
3. **Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori** e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva.
4. **Sostenere l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;**
5. **Sostenere l'effettiva eliminazione del lavoro minorile.**
6. **Sostenere l'eliminazione di ogni forma di discriminazione** in materia di impiego e professione.
7. **Sostenere un approccio preventivo** nei confronti delle sfide ambientali.
8. **Intraprendere iniziative** che promuovano una maggiore **responsabilità ambientale.**
9. **Incoraggiare lo sviluppo** e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.
10. **Contrastare la corruzione** in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

## CAPITOLO 2

# Il Gruppo: crescita sostenibile e a lungo termine

---

8 STABILIMENTI  
PRODUTTIVI  
IN TOTALE

---

6% AUMENTO DEL  
VALORE ECONOMICO  
GENERATO

---

6 STABILIMENTI  
IN EUROPA

---

14% AUMENTO DEL  
VALORE ECONOMICO  
DISTRIBUITO

---

89% % DEL VALORE  
DISTRIBUITO  
SUL GENERATO

---

# La storia di Biofarma

Il Gruppo Biofarma è una CDMO specializzata nello sviluppo, produzione e confezionamento di integratori alimentari, dispositivi medici, farmaci probiotici e cosmetici, esclusivamente per conto terzi.

## UN 2023 RICCO DI AGGIORNAMENTI

### ACQUIZIONE DI US PHARMA LAB

Il 25 luglio 2023, il Gruppo ha acquisito l'intero capitale sociale di US Pharma Lab, Inc. e delle sue società controllate, con l'eccezione di USA Formulations LLC, 1200 AP Road LLC, 1300 Airport Road LLC, Amol Pharmaceuticals e Aspire LLC. Le società acquisite comprendono:

- **US Pharma Lab (USPL):** Laboratorio specializzato nella produzione di ingredienti nutraceutici con operazioni di distribuzione e produzione leggera situate nel New Jersey, USA.
- **USPL Nutritionalis LLC (USN):** Unità di produzione nutrizionale con operazioni nel New Jersey, USA.
- **Amol Biotech Ltd. (ABL) & ACI Biotech Import & Export (ACI):** Specializzate nell'approvvigionamento di ingredienti nutraceutici e nella produzione a contratto in Cina, con sedi a Shanghai.

### FUSIONE DI IHS SRL, APHARM SRL E PASTEUR SRL IN BIOFARMA SRL

Nel primo trimestre del 2023, Biofarma ha semplificato la struttura legale in Italia fondendo IHS, Apharm e Pasteur in Biofarma S.r.l., completando il processo il 15 giugno 2023.

### FUSIONE DI NUTRILINEA SRL IN BIOFARMA SRL

Nel quarto trimestre del 2023, Biofarma ha completato la fusione di Nutrilinea S.r.l. in Biofarma S.r.l., ottimizzando ulteriormente la struttura aziendale.

### NUOVI PROGETTI STRATEGICI

A partire da luglio 2023, la Società ha attivato tre progetti strategici legati a:

- Revisione strategica a lungo termine.
- Eccellenza operativa per sbloccare ulteriori opportunità di miglioramento del margine.
- Review del Setup globale ICT.

- 
- 1987 • Nascita di Biofarma
  - 1991 • Biofarma inizia la produzione di integratori alimentari
  - 2010 • Ottenimento certificazione AIFA per l'Officina farmaceutica
  - 2013 • Costruzione torre Farma per produzioni a base di fermenti lattici
  - 2018 • Ampliamento e ristrutturazione siti produttivi
  - 2019 • Creazione del nuovo polo logistico di Mereto
  - 2020 • Nascita di Biofarma Group (Apharm, Biofarma, Claire, Nutrilinea e Pharcoterm)
  - 2021 • Ingresso di IHS (International Health Science) nel Gruppo
  - 2022 • Ardian, gruppo di private equity francese acquisisce da White Bridge Investments la quota di maggioranza del gruppo
  - 2023 • Acquisizione di US Pharma Lab e ottimizzazione della struttura aziendale tramite fusioni

## UN INIZIO ESPLOSIVO

Se dovessimo utilizzare un aggettivo per definire la nascita di Biofarma, questo sarebbe sicuramente il più appropriato.

Nei magazzini di un'azienda chimica immersa nelle campagne di **un piccolo paese del Friuli rurale**, erano riposti gli avanzi delle lavorazioni a base di nitrocellulosa utilizzati per la produzione di esplosivi: da un progetto di trasformazione per il riutilizzo degli sfridi di produzione è **iniziata l'avventura produttiva di Germano Scarpa e Gabriella Tavasani**.

**Era il lontano 1987.**

All'epoca erano poco più che ventenni e avevano appena incominciato ad esplorare il mondo del lavoro: lei era una promettente insegnante di scienze, lui un intraprendente informatore medico scientifico impiegato presso un'azienda farmaceutica che ancora oggi rappresenta un riferimento importante sul mercato mondiale.

Un giorno come tanti, Germano Scarpa si trovò a scegliere tra una rosa di oltre sessanta destinazioni in tutto il territorio regionale presso le quali recarsi a svolgere il suo lavoro. **Scelse Mereto di Tomba.** Era inoltre una splendida mattina, il sole freddo di novembre illuminava le campagne circostanti e di quella giornata ricorda ancora la suggestione del paesaggio e l'immagine di un mulino nelle vicinanze.

Un segno del destino?

Solo il tempo ha saputo dare tutte le risposte ai perché della scelta che aveva compiuto quella mattina, disegnando il futuro della sua famiglia e la storia della sua azienda.

Il progetto di riutilizzo sfridi di lavorazione lasciò ben presto spazio ad uno più vicino alle sue conoscenze e competenze scientifiche. Voleva iniziare a produrre creme. Lui e sua moglie incominciarono ben presto a riempire quel magazzino con le loro idee. Tra le tante cose che vi trovarono depositate c'era un piccolo, vecchio, turboemulsore: un bravo carpentiere fece l'impossibile mettendolo a nuovo.

**L'avventura produttiva iniziò.**

Spinti da grandi convinzioni e valori chiari, investendo in modo lungimirante, guardando al domani con coraggio e spirito di collaborazione, passo dopo passo alle loro mani e alle loro idee si sono sommate quelle di tante altre persone che hanno creduto nel loro progetto e hanno contribuito a realizzarlo. Il magazzino e il vecchio turboemulsore nelle campagne di Mereto, hanno ben presto lasciato il passo ad una realtà che cresceva a grandi salti, diventando velocemente punto di riferimento sul mercato internazionale.

**Quella di Biofarma è una storia che insegna come il fare e l'essere impresa siano una cosa sola.**

Insegna che è necessario piantare nel terreno principi e valori umani imprescindibili a cementare le fondamenta dell'azienda, prima ancora di innestare gli impianti produttivi; significa saper vivere nella luce di una progettualità costante e crescente, avere una missione, avere dei sogni da condividere. Significa saper individuare il proprio obiettivo e perseguirlo con costanza.



Oggi, 36 anni dopo quell'avvio "esplosivo", Biofarma continua ad avere solide radici e una visione chiara del futuro: crescere, continuando a creare qualcosa di meraviglioso, di unico, di innovativo, per la salute e il benessere delle persone.



## LA NOSTRA STORIA A TAPPE

**Biofarma si è sempre contraddistinta per la forte spinta all'innovazione e una grande attenzione nei confronti degli investimenti**, aspetti che hanno costellato il suo percorso di crescita di importanti traguardi, dall'ottenimento delle certificazioni all'ampliamento degli spazi produttivi.

Quando, nel 1991, Biofarma apre le porte al mondo della nutraceutica, da piccola azienda di produzione cosmetica diventa punto di riferimento per il mercato degli integratori alimentari in forme solide e liquide e, successivamente, espande la propria capacità produttiva con l'aggiunta dei dispositivi medici al proprio portfolio.

Il 2010 è segnato dall'ottenimento della **certificazione AIFA per l'Officina farmaceutica** e, in seguito, **per il laboratorio CQ per la produzione di farmaci con probiotici**: la Torre Farma, realizzata nel 2013, è il primo impianto a livello europeo dedicato alla realizzazione di prodotti a base di fermenti lattici.

**A partire dal 2018 prende vita il grande progetto di ampliamento e rivoluzione dei siti produttivi**, che riflette una politica aziendale fatta di innovazione, eccellenza e – soprattutto – di sostenibilità ambientale.

**Nasce la torre uffici, che sposa i principi della bioedilizia e dell'economia circolare** in una struttura polifunzionale che ospita un auditorium e ampi spazi dedicati all'organizzazione di meeting, conferenze, e all'accoglienza dei clienti. La leggerezza del legno di abete usato per la realizzazione e il ridotto numero di elementi metallici, esprimono in questa struttura la sinergia tra architettura,

ingegneria e innovazione e la rendono simbolo della volontà di costruire in modo etico, nel massimo rispetto dell'uomo e dell'ambiente.

La **realizzazione di Biofarma 2** ha permesso all'azienda di disegnare una nuova organizzazione degli spazi e delle aree di lavoro, e di continuare a crescere in attrezzature, macchinari e personale qualificato.

Il reparto di confezionamento cosmetici e buste cosmetici, prima ubicato in Biofarma 1, è stato interamente trasferito nella nuova struttura produttiva in Biofarma 2 e **occupa una superficie di 3.800 mq.** Questo ha reso possibile anche l'ampliamento dei reparti di confezionamento e produzione integratori, e di produzione cosmetici in Biofarma 1 potenziando, nel complesso, la capacità produttiva aziendale in modo uniforme per accogliere l'incremento delle richieste del mercato e dei Clienti.

Con l'obiettivo di continuare ad offrire un servizio sempre più sicuro di tracciabilità e disponibilità dei prodotti, e garantirne la pronta consegna, **il primo luglio del 2019 è nato il nuovo Polo Logistico.** Composto da un'area logistica e un'area spedizioni ad elevata informatizzazione e automazione, la nuova sede può ospitare fino a 20.205 bancali, ed è caratterizzato dalla presenza di **pannelli fotovoltaici, che in un anno permettono all'azienda di produrre energia pari all'8% di quella consumata.**

Sia per la torre uffici sia per Biofarma2, inoltre, **è stato utilizzato il rivestimento a sistema Elysium** che, grazie alla vernice a base di oli vegetali, è **in grado di ridurre sensibilmente l'impatto ambientale.**

È nel 2020 che avviene il grande salto.

Il sogno della famiglia Scarpa di realizzare un'azienda senza tempo, in grado di guardare al futuro e di andare oltre le generazioni fondatrici e quelle presenti, incontra la forza di un gruppo di persone che ne condivide valori e intenti e mette a punto un grande progetto di sviluppo industriale.

**Il 12 febbraio del 2020** il sogno diventa realtà, nasce **Biofarma Group**.

Apharm, Biofarma, Claire, Nutrilinea e Pharcoterm ufficializzano un processo di integrazione per dare vita ad una realtà produttiva capace di diventare, in breve tempo, il punto di riferimento nel settore Health&Beauty Care conto terzi sul mercato nazionale ed internazionale.

Come tutti i progetti importanti, anche questo nasce dall'incontro di persone accomunate dalla condivisione degli stessi valori e degli stessi principi. Solo la consapevolezza di questi presupposti ha reso possibile gettare le basi di un'azienda solida, capace di guardare al futuro, con il coinvolgimento di imprenditori lungimiranti, un management eccellente e un gruppo di finanziatori che, credendo nel progetto industriale, ha sostenuto gli investimenti necessari ad aumentarne la forza economica.

Questo cammino d'integrazione ha permesso a Biofarma Group di affermarsi come partner unico per i propri Clienti, attraverso la capacità di fare innovazione e per le tecnologie produttive all'avanguardia, ma anche per l'eccellenza del capitale umano.

**Nel 2021 entra nel Gruppo anche IHS (International Health Science)**, permettendo all'azienda di acquisire un know how di forte specializzazione nella distribuzione di integratori e dispositivi

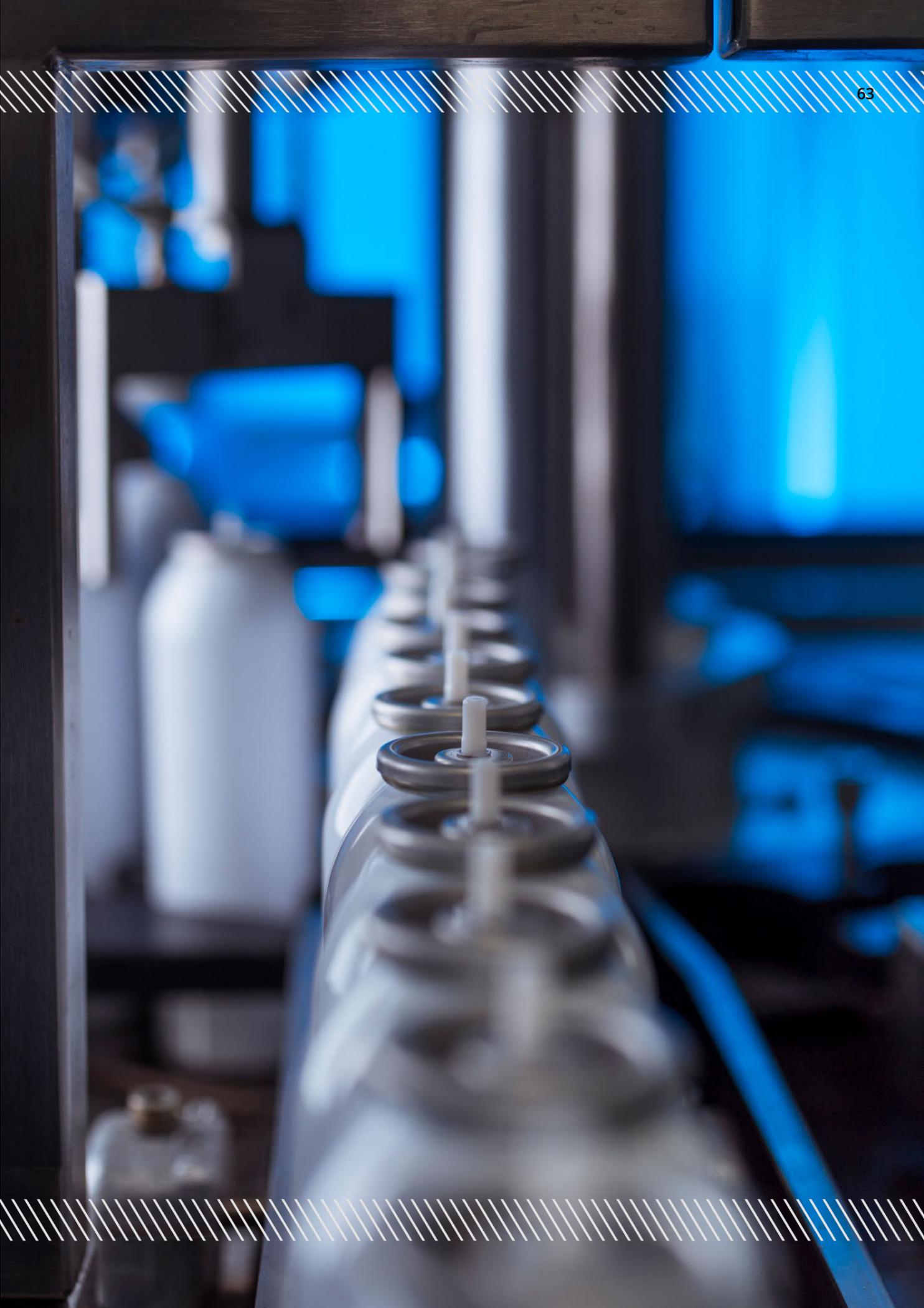
medici ad alto contenuto scientifico, per competere come player di riferimento a livello globale. Un'evoluzione su cui ha scommesso anche **Ardian, gruppo di private equity francese tra i più importanti al mondo, che a gennaio 2022 ha acquisito da White Bridge Investments la quota di maggioranza del gruppo.**

**A settembre 2022** Biofarma Group rafforza la sua presenza sul mercato europeo annunciando **l'acquisizione di Nutraskills, azienda francese specializzata nella ricerca e sviluppo, produzione e confezionamento di integratori alimentari.**

L'acquisizione riguarda entrambi i rami d'azienda che costituiscono Nutraskills: **Codilab** (CMO di integratori solidi con plant a Herbergement) e **Laboratoire Pierre Caron** (CDO con plant a Sérent focalizzata nella formulazione e nel confezionamento di integratori alimentari conto terzi). Si gettano le basi di un processo di internazionalizzazione che punta verso un importante obiettivo: diventare il punto di riferimento mondiale sul mercato della nutraceutica.

**Il 25 luglio 2023, il Gruppo acquisisce l'intero capitale sociale di US Pharma Lab, Inc. e delle sue società controllate**, con l'eccezione di USA Formulations LLC, 1200 AP Road LLC, 1300 Airport Road LLC, Amol Pharmaceuticals e Aspire LLC.

Questa partnership strategica rappresenta un'evoluzione significativa per **il Gruppo Biofarma, che diventa una CDMO globale focalizzata sui nutraceutici, con una presenza produttiva negli Stati Uniti, in Europa (Italia e Francia) e in Cina**, e con capacità di innovazione su entrambi i lati dell'Atlantico.





# I mercati di riferimento

## INTEGRATORI ALIMENTARI E DISPOSITIVI MEDICI

A livello di dimensioni, **il mercato globale degli integratori alimentari** – secondo i dati di Innova Market Insights del 2023 – **vale 146 miliardi di dollari, con una crescita annua intorno al 6,6%.**

Questo aumento d'interesse da parte dei consumatori è generato da **una crescente consapevolezza dell'importanza di un approccio sanitario preventivo**, in particolare tra i soggetti adulti e anziani.

Infatti, i numeri di vendita più elevati sono stati registrati tra i cittadini di età compresa tra i 25 e i 65 anni.

**Questi numeri sono destinati a crescere** visto che, secondo i dati dell'Oms, il numero di anziani raddoppierà nei prossimi 20 anni.

La dimensione del **mercato europeo di integratori ammonta a poco più di 12 miliardi di euro** nel 2023, pari all'11% del valore globale.

La crescita è la più lenta tra le regioni chiave del mondo, con un CAGR del +3,7% nel periodo 2019-2023 rispetto al +6,6% globale. **L'Italia è il primo mercato** ed è l'unico Paese europeo a figurare tra i primi 10 al mondo.

L'Italia è leader in Europa nel mercato degli integratori alimentari, **con una spesa media pro-capite di 64 euro e 1/3 della popolazione che utilizza regolarmente questi prodotti.**

**Il mercato ha superato i 4,5 miliardi di euro, rappresentando il 28,6% del mercato europeo.** Gli integratori rispondono sempre più al bisogno di prevenzione e cura di sé.

Il principale canale di vendita si conferma la farmacia con una quota pari a circa il 78%, seguita dalla grande distribuzione, dalla parafarmacia e dall'e-commerce che continua a registrare tassi di crescita a doppia cifra.

Il mercato italiano degli integratori alimentari si è sviluppato seguendo una crescita costante negli ultimi anni, **con una crescita nel 2023 del +5,5% a valore e +1,7% a volumi.**

Si è assistito a un aumento dell'aspettativa di vita e dell'età media della popolazione che, insieme allo sviluppo delle moderne tecnologie alimentari, hanno portato a **una maggior consapevolezza dell'importanza di stili di vita salutari** (attenzione all'alimentazione, movimento) per evitare problemi di salute **e, in ottica preventiva, per favorire il mantenimento dello stato di salute.**

## COSMETICI

**Il fatturato complessivo del settore cosmetico in Italia ha superato i 11,9 miliardi di euro nel 2023, con un incremento del 10,1% rispetto al 2022.**

Dopo un 2020 fortemente influenzato dalla pandemia, segnali di ripresa sono stati osservati sia nel 2021 che nel 2022.

Il Centro Studi di Cosmetica Italia prevede che il commercio europeo e internazionale, insieme alla ripresa dei viaggi globali, porterà a **un aumento delle esportazioni del 14% entro la fine del 2023.**

Le previsioni per la fine del 2023 indicano **una crescita dell'e-commerce, della farmacia e della grande distribuzione.**

**Anche i canali professionali hanno reagito positivamente:** la parrucchieria e il settore della bellezza hanno registrato stime di chiusura rispettivamente di 520 e 190 milioni di euro.

**Le vendite in profumeria sono cresciute del 22,1%**, avvicinandosi di livelli pre-pandemia, mentre **il canale dell'erboristeria ha registrato una crescita del 12,7%**. Infine, **le vendite dirette hanno segnato un incremento del 3,7%.**

# Gli stabilimenti produttivi

Per soddisfare i bisogni produttivi dei mercati in cui opera, Biofarma ha sviluppato una articolata rete di stabilimenti produttivi. Nel seguente capitolo verranno descritti solamente le sedi operative inerenti al perimetro di analisi, ossia quelli presenti in Francia ed in Italia.

## MERETO DI TOMBA (HQ)

*Udine, Italia*

Stabilimento specializzato nella produzione di nutraceutici in forma solida e liquida, dispositivi medici ad uso topico e orale, integratori, cosmetici e farmaci con probiotici, è anche la sede principale del Gruppo.

**SUPERFICIE:** 50.000 mq

**MAGAZZINO:** 30.000 posti pallet

## GALLARATE

*Varese, Italia*

Stabilimento specializzato nella produzione di nutraceutici in forma solida, dispositivi medici per uso orale, e nutrizione sportiva.

**SUPERFICIE:** 9.000 mq

**MAGAZZINO:** 2.000 posti pallet

## SÉRENT

*Bretagna, Francia*

Stabilimento specializzato nella produzione di nutraceutici in forma solida.

**SUPERFICIE:** 2.400 mq

**MAGAZZINO:** 1.500 posti pallet

## L'HERBERGEMENT

*Pays de la Loire, Francia*

Stabilimento specializzato nella produzione di nutraceutici in forma solida.

**SUPERFICIE:** 4.800 mq

**MAGAZZINO:** 1.650 posti pallet



## CUSANO MILANINO

*Milano, Italia*

Stabilimento specializzato nella produzione di nutraceutici in forma solida, dispositivi medici per uso orale, e nutrizione sportiva.

**SUPERFICIE:** 3.700 mq

**MAGAZZINO:** 1.300 posti pallet

## SAN PIETRO VIMINARIO

*Padova, Italia*

Stabilimento specializzato nella produzione di dispositivi medici per uso topico e cosmetici.

**SUPERFICIE:** 3.700 mq

**MAGAZZINO:** 3.100 posti pallet

# USA E CINA

\*I seguenti stabilimenti non rientrano nel perimetro di Bilancio di Sostenibilità 2023:



## North Brunswick, New Jersey, USA

Stabilimento con specializzazione produttiva primaria in prodotti nutraceutici a dosaggio solido, compresse singole e multistrato, mini-tabs, compresse masticabili e a dissoluzione orale, capsule, polveri a dissoluzione orale, polveri ready-to-drink e polveri customizzate.

**SUPERFICIE:** 28.335 mq

**MAGAZZINO:** 9.220 posti pallet

## Shanghai, Cina

Stabilimento specializzato nella produzione primaria di approvvigionamento e granulazione di estratti botanici, aminoacidi, vitamine tritate, prodotti speciali e pre-miscele a valore aggiunto, in particolare per gli attivi nutrizionali più specifici.

**SUPERFICIE:** 5.574 mq

**MAGAZZINO:** 452 posti pallet

# I servizi del Gruppo

Le **competenze** sviluppate nel corso degli anni in mercati dinamici ed in diversi contesti geografici hanno permesso a Biofarma di **sviluppare un servizio completo ed una filiera controllata in tutte le sue fasi**, dalla ricerca e sviluppo, fino alla consegna del prodotto finito.

## RICERCA E SVILUPPO

Biofarma Group è una CDMO con una forte vocazione alla ricerca e all'innovazione, secondo un approccio che pone al centro l'uomo e i suoi bisogni per un progresso che ha come priorità il benessere umano, ambientale e sostenibile, a beneficio di tutta la comunità.

Per questo in Biofarma Group la ricerca può contare su **due divisioni distinte: RESEARCH & INNOVATION CENTRE e DEVELOPMENT CENTRE**. L'Innovation Centre è un team di professionisti che ogni giorno lavora alla ricerca di nuove soluzioni ad alto contenuto di innovazione grazie alla collaborazione con un ecosistema composto da start-up, università, istituti di ricerca e Key Opinion Leader riconosciuti.

**Il team Development è composto da oltre 50 specialisti** con forti competenze tecniche multisetoriali, che, partendo da un'idea, si occupano del suo sviluppo galenico e della sua industrializzazione.

## LABORATORIO CONTROLLO QUALITÀ

Innovazione continua è sinonimo di qualità costante. È quella che assicurano i laboratori di Biofarma Group nello sviluppo, messa a punto, trasferimento e convalida di metodi analitici.

Nei **laboratori di analisi, Chimico-Fisico e Microbiologico**, si esprimono specifiche competenze professionali che collaborano con prestigiosi centri di ricerca e università e si avvalgono di sofisticate tecnologie analitiche.

Dal 2016 il **Laboratorio Controllo Qualità dello stabilimento di Mereto è certificato AIFA**.

## SUPPORTO NORMATIVO

All'interno del gruppo l'Ufficio Regolatorio mette a disposizione la propria competenza al fine di adempiere ai requisiti normativi, relativi alle diverse categorie di prodotto.

**Il team di esperti altamente qualificati è in grado di fornire un pacchetto normativo su misura**, che consente di soddisfare le molteplici esigenze delle aziende che intendono ottenere e mantenere le necessarie autorizzazioni all'immissione in commercio dei prodotti.

## CONFEZIONAMENTO

Il gruppo è specializzato nella realizzazione di prodotti in diverse forme che trovano espressione in **molteplici tipologie di confezionamento**, con grande attenzione alla sostenibilità di processo e di prodotto con la garanzia di totale qualità e sicurezza.



## PRODUZIONE

I partner internazionali con cui il Gruppo Biofarma si interfaccia, riconoscono da sempre l'elevata attenzione alla qualità e alla tecnologia del gruppo, come risultato dei continui **investimenti in innovazione** di prodotto, processo e tecnologie.

**Le specializzazioni di ciascuno degli 8 siti produttivi del gruppo**, consentono di offrire soluzioni personalizzate e un servizio completo e trasversale che va dallo sviluppo dell'idea al prodotto finito.

## LOGISTICA

Nel luglio 2019, **è stato inaugurato il Polo Logistico presso il sito di Mereto**: una struttura comprendente un'area logistica e un'area spedizioni altamente **informatizzate e automatizzate**, perfettamente capaci di rispondere alle esigenze attuali e future.

È progettato per adattarsi ai nuovi modelli distributivi, assicurando rapidità, flessibilità e continua innovazione, elementi essenziali per competere a livello internazionale.

In Biofarma, il settore logistico **offre un servizio di tracciabilità e disponibilità dei prodotti**, garantendo la loro pronta consegna.

# L'impegno istituzionale e commerciale di Biofarma

In quanto player di riferimento del settore nutraceutico e cosmetico, Biofarma Group presidia regolarmente fiere di settore, conferenze e convegni scientifici. Ciò consente al Gruppo di rimanere all'avanguardia negli sviluppi del comparto, condividere conoscenze e promuovere l'innovazione attraverso reti accademiche e professionali.



## COSMOPROF

### NUTRICOSMETICA E COSMETICA SOLIDA LE PROPOSTE DI BIOFARMA GROUP

Anche nel 2023 Biofarma Group è stata una delle aziende espositrici di Cosmoprof Worldwide Bologna, **il più importante salone internazionale dedicato alla filiera produttiva della cosmetica in tutte le sue componenti.**

L'evento ha rappresentato **un'importante occasione per presentare le ultime novità tecnologiche e le soluzioni più innovative nel mondo Beauty.** Fra queste, i **cosmetici in formato solido** realizzati senza o con un bassissimo contenuto di acqua, caratteristica che li rende sostenibili in un'ottica di water-saving. Si tratta di formule concentrate e ricche di attivi che li rendono più durevoli dei prodotti tradizionali senza bisogno dell'aggiunta di conservanti. Inoltre, la loro forma solida consente una riduzione degli sprechi e quindi dei residui di prodotto che vengono liberati nell'ambiente, oltre a rendere i cosmetici travel-friendly.

Non sono mancate anche **le proposte nutraceutiche a target beauty:** una combinazione perfetta tra nutrizione e cosmetica, con ingredienti funzionali che, una volta assunti per via orale, apportano benefici soprattutto a pelle, capelli o unghie, con l'obiettivo di migliorare il loro aspetto partendo dall'interno.

## CPHI A BARCELLONA

### BIOFARMA PRESENTA LE NUOVE TECNOLOGIE AMERICANE

Piattaforma leader a livello mondiale per le aziende della filiera farmaceutica, nel 2023 l'evento si è tenuto a Barcellona dal 24 al 26 ottobre. Ogni anno **CPHI riunisce più di 100.000 professionisti farmaceutici** attraverso mostre, conferenze e comunità online **per fare rete, identificare opportunità di business ed espandere il mercato globale.**

Grandi protagoniste sono state le tecnologie innovative, realizzate grazie agli 8 stabilimenti del Gruppo che vantano competenze tecnologiche e produttive all'avanguardia. In particolare, **la fiera ha consentito al Gruppo di presentare al mercato europeo le nuove tecnologie americane, entrate a far parte della range di Biofarma grazie alla recente acquisizione di US Pharma Lab.**

## SUPPLY SIDE WEST

### L'EVENTO DI RIFERIMENTO IN US PER LA NUTRACEUTICA

Biofarma Group ha partecipato per la prima volta al Supply Side West di Las Vegas, **evento che riunisce ogni anno i professionisti dei settori della salute e della nutrizione nel mercato nutraceutico più grande al mondo,** per fare rete ed esplorare le tendenze di settore, le innovazioni scientifiche e i prodotti più performanti.

**Il Gruppo è stato rappresentato dalla neoacquisita US Pharma Lab, che ha potuto presentare a clienti attuali e potenziali la nuova partnership strategica,** evidenziando le nuove capacità produttive congiunte nel campo degli integratori alimentari, dei probiotici, dei dispositivi medici e dei cosmetici.

## MAKING COSMETICS E IN-VITALITY

### A MILANO LE INNOVAZIONI IN CAMPO COSMETICO E NUTRACEUTICO

Biofarma Group ha partecipato per la prima volta a Making Cosmetics & in-Vitality, **evento emergente caratterizzato da due anime: la prima legata al settore cosmetico e la seconda a quello nutraceutico.**

Un'occasione per stare al passo con i principali trend e le novità riguardanti materie prime e tecnologie del mondo Health & Beauty Care.

# Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder

Per garantire che le informazioni di sostenibilità siano in linea con quelle finanziarie, **in questo capitolo vengono riportati dati che includono tutte le sedi operative del Gruppo.**

Questo significa che, anche se alcune sedi sono state escluse dall'analisi principale secondo la nota metodologica, i loro dati sono comunque considerati in questa sezione per offrire **un quadro completo e integrato delle attività del Gruppo.**

La riclassificazione del valore economico generato e distribuito per quanto riguarda l'anno 2023 segue le diciture del sistema contabile nazionale agli standard internazionali IFRS come per il 2022. I dati del 2022 differiscono rispetto al Bilancio di Sostenibilità precedente in quanto fanno riferimento al nuovo perimetro descritto.

Per tale motivo i **valori** prettamente presenti all'interno del Bilancio di Sostenibilità **riscontrano coerenza con quanto riportato all'interno del "Annual consolidated financial report 2023".**



PERFORMANCE (MIGLIAIA €)	2023
Fatturato	432.500 €
Valore della produzione (VdP)	442.346 €
Costi del personale / Fatturato	12,36%
Acquisti di merci / Fatturato	40,76%
Acquisti di servizi / Fatturato	13,77%
Godimento beni di terzi / Fatturato	7,03%
Oneri diversi di gestione / Fatturato	2,31%

I dati di fatturato utilizzati per la normalizzazione dei dati relativi al capitolo ambientale tengono conto del valore strettamente legato alle BU e ai Plants che hanno generato il dato. Per tale motivo non coincidono con quelli qui riportati. **Il valore economico generato dal Gruppo Biofarma durante il 2023 è pari ad Euro 442 milioni, in aumento del 6% rispetto all'anno precedente.**

Il successo di Biofarma è strettamente connesso alla **gestione innovativa e sostenibile del business**, un approccio che ha permesso all'azienda di emergere distintamente nel mercato. Con un'attenzione costante alla sostenibilità, **Biofarma ha integrato pratiche eco-friendly in tutte le sue operazioni, dalla gestione della supply chain alla produzione**, e ciò ha portato non solo a una riduzione dei costi operativi, ma anche all'ottenimento di vantaggi competitivi significativi.

Un esempio emblematico è l'ottimizzazione del packaging, che utilizza materiali sostenibili e tecnologie avanzate come il Bag-on-Valve (BOV), contribuendo a ridurre l'impatto ambientale senza compromettere la qualità e la sicurezza.

Parallelamente, **Biofarma ha destinato ingenti risorse alla ricerca e sviluppo per promuovere l'innovazione all'interno dell'azienda**, dando vita a prodotti d'avanguardia nei settori della nutraceutica e cosmeceutica e riscuotendo un notevole successo sul mercato, il che ha permesso di aprire nuove opportunità di crescita economica e consolidando ulteriormente la posizione competitiva del Gruppo.

**Biofarma adotta un approccio centrato sugli stakeholder per la distribuzione del valore economico generato.** Stabilire partnership a lungo termine con fornitori che condividono i valori del Gruppo e collaborare con le comunità locali per promuovere lo sviluppo socioeconomico ha rafforzato la fiducia degli stakeholder.

Nel 2023, la percentuale del valore distribuito del 89%, pari a 271 milioni di € sul generato è emblema di questo approccio. Nonostante i problemi di costo inflazionistico delle materie prime e le dinamiche esogene che hanno influenzato il settore, Biofarma è riuscita a mitigarne gli effetti attraverso una gestione oculata delle risorse e una diversificazione delle fonti di approvvigionamento.

PERFORMANCE (MIGLIAIA €)	U.M.	2023	2022	VARIAZIONI	
<b>Valore economico direttamente generato</b>	<i>migliaia €</i>	<b>442.346 €</b>	<b>417.350 €</b>	<b>24.996 €</b>	<b>6,0%</b>
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	<i>migliaia €</i>	432.500 €	409.600 €	22.900 €	5,6%
Incrementi delle immobilizzazioni per lavori interni	<i>migliaia €</i>	4.063 €	2.732 €	1.331 €	48,7%
Altri ricavi e proventi netti	<i>migliaia €</i>	5.783 €	5.018 €	765 €	15,2%
<b>Valore economico distribuito</b>	<i>migliaia €</i>	<b>392.991 €</b>	<b>345.119 €</b>	<b>47.872 €</b>	<b>13,9%</b>
<i>% su Valore Economico Dir. Generato</i>		89%	83%		6,0%
Costi operativi riclassificati	<i>migliaia €</i>	282.480 €	189.984 €	92.496 €	48,7%
Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	<i>migliaia €</i>	180.305 €	109.977 €	70.328 €	63,9%
Costi per i servizi	<i>migliaia €</i>	60.899 €	35.048 €	25.851 €	73,8%
Costi per il godimento di beni terzi	<i>migliaia €</i>	31.077 €	23.221 €	7.856 €	33,8%
Oneri diversi di gestione	<i>migliaia €</i>	10.199 €	21.738 €	-11.539 €	-53,1%
Remunerazione del personale	<i>migliaia €</i>	54.662 €	25.999 €	28.663 €	110,2%
Costi del personale	<i>migliaia €</i>	54.662 €	25.999 €	28.663 €	110,2%
Remunerazione dei finanziatori	<i>migliaia €</i>	45.438 €	20.027 €	25.411 €	126,9%
Interessi ed altri oneri finanziari	<i>migliaia €</i>	45.438 €	20.027 €	25.411 €	126,9%
Remunerazione degli azionisti	<i>migliaia €</i>	0 €	0 €	0 €	-
Utili distribuiti	<i>migliaia €</i>	0 €	0 €	0 €	-
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	<i>migliaia €</i>	10.411 €	109.109 €	-98.698 €	-90,5%
Imposte sul reddito	<i>migliaia €</i>	10.411 €	109.109 €	-98.698 €	-90,5%
Comunità	<i>migliaia €</i>	0 €	0 €	0 €	-
Donazioni e liberalità	<i>migliaia €</i>	0 €	0 €	0 €	-

L'aumento dei costi operativi è direttamente collegato alla crescita dei ricavi dell'azienda.

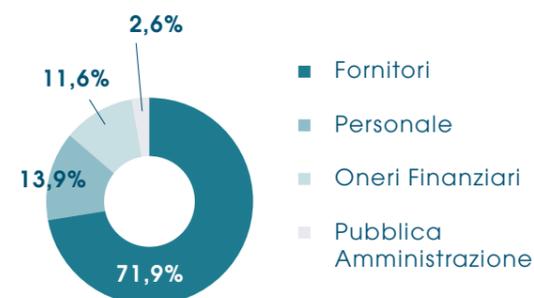
Questo riflette l'espansione delle attività, comprese le nuove acquisizioni, e si traduce in un aumento dei costi, inclusi quelli del personale.

Questo incremento è **coerente con l'espansione delle operazioni** e corrisponde ai dati presentati in questo bilancio, dimostrando un equilibrio tra l'aumento dei ricavi e dei costi operativi.

#### VALORE ECONOMICO GENERATO



#### VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO



## CAPITOLO 3

# L'assetto organizzativo: la nuova struttura



---

Kepler S.p.A. è una holding che, attraverso la sua controllata di maggioranza Vegeta S.p.A., è indirettamente sotto il controllo di Ardian Buyout Fund VII B SLP. Vegeta S.p.A. è stata istituita il 7 febbraio 2022 con l'obiettivo specifico di acquisire il gruppo Biofarma da White Bridge Investments e altri venditori.

Il 27 marzo 2022, Ardian Buyout Fund VII B SLP, Victoria HD S.r.l. e i dirigenti hanno completato l'acquisizione del gruppo Biofarma, nato nel febbraio 2020 dall'unione di Biofarma S.r.l., Nutrilinea S.r.l., Apharm S.r.l., Pasteur S.r.l. e International Health Science S.r.l.

Kepler S.p.A. ha portato a termine l'acquisizione mediante la nuova società Tauri S.p.A., che è stata successivamente fusa con Biofarma S.r.l.

---



# Il modello di Corporate Governance

La **governance** delle Società a Responsabilità Limitata appartenenti al gruppo **si conforma a un modello organizzativo tradizionale**, articolato in diversi organi:

- **L'Assemblea degli azionisti/soci**, rappresentando l'interesse collettivo della compagine sociale, detiene la facoltà di deliberare sulle questioni più cruciali per la vita societaria, come la nomina del consiglio di amministrazione, l'approvazione del bilancio e le modifiche allo statuto.
- **Il Consiglio di Amministrazione** esercita le sue funzioni attraverso gli amministratori delegati, mentre il Collegio Sindacale si riunisce con cadenza trimestrale.
- **Un Organo di Vigilanza**, in ottemperanza alla normativa L.231/2001, affronta mensilmente i rischi e le preoccupazioni provenienti dal Gruppo.

**Al centro dell'assetto organizzativo aziendale si colloca il Consiglio di Amministrazione**, incaricato delle direttive strategiche e organizzative, dotato di tutti i poteri non espressamente riservati all'Assemblea per legge o statuto. La sua missione **comprende la gestione dell'amministrazione ordinaria e straordinaria** della società. **Il Collegio Sindacale**, costituito da sindaci effettivi e supplenti eletti dall'Assemblea degli azionisti/soci, **presta servizio per un mandato triennale**, essendo rieleggibile e terminando il proprio incarico alla data dell'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio del terzo esercizio.

## Composizione del CDA del Gruppo Biofarma al 31.12.2023.

NOME	COGNOME	F/M	CARICA	LUOGO NASCITA	DATA
Andrea	<b>Audisio</b>	M	Consigliere	Torino (TO)	04/10/1996
Gianfranco	<b>Nazzi</b>	M	Consigliere	Udine (UD)	30/06/1968
Yann Marie Serge	<b>Chareton</b>	M	Consigliere	Gabon	08/01/1978
Claudio	<b>Colombi</b>	M	Consigliere	Vizzolo Predabissi (MI)	09/04/1970
Massimiliano	<b>De Santis</b>	M	Segretario	Vittorio Veneto (TV)	25/07/1978
Giacomo	<b>Forti</b>	M	Consigliere	Cesena (FC)	22/02/1987
Aldo	<b>Mazzocco</b>	M	Consigliere	Rhodesia del Sud	02/09/1961
Fabrizio	<b>Raso</b>	M	Consigliere	Genova (GE)	14/02/1994
Germano	<b>Scarpa</b>	M	Presidente del CdA	Udine (UD)	04/06/1959
Gabriella	<b>Tavasani</b>	F	Consigliere	Gorizia (GO)	28/11/1964

## Composizione del CDA del Gruppo Biofarma al 31.07.2024.

NOME	COGNOME	F/M	CARICA	LUOGO NASCITA	DATA
Andrea	<b>Audisio</b>	M	Consigliere	Torino (TO)	04/10/1996
Scarlett Eurydice Iphigenie	<b>Broca</b>	F	Consigliere	Francia	23/04/1982
Yann Marie Serge	<b>Chareton</b>	M	Consigliere	Gabon	08/01/1978
Claudio	<b>Colombi</b>	M	Consigliere	Vizzolo Predabissi (MI)	09/04/1970
Massimiliano	<b>De Santis</b>	M	Segretario	Vittorio Veneto (TV)	25/07/1978
Giacomo	<b>Forti</b>	M	Consigliere	Cesena (FC)	22/02/1987
Aldo	<b>Mazzocco</b>	M	Consigliere	Rhodesia del Sud	02/09/1961
Fabrizio	<b>Raso</b>	M	Consigliere	Genova (GE)	14/02/1994
Germano	<b>Scarpa</b>	M	Presidente del CdA	Udine (UD)	04/06/1959
Gabriella	<b>Tavasani</b>	F	Consigliere	Gorizia (GO)	28/11/1964



RISPETTO



FIDUCIA



RESPONSABILITÀ



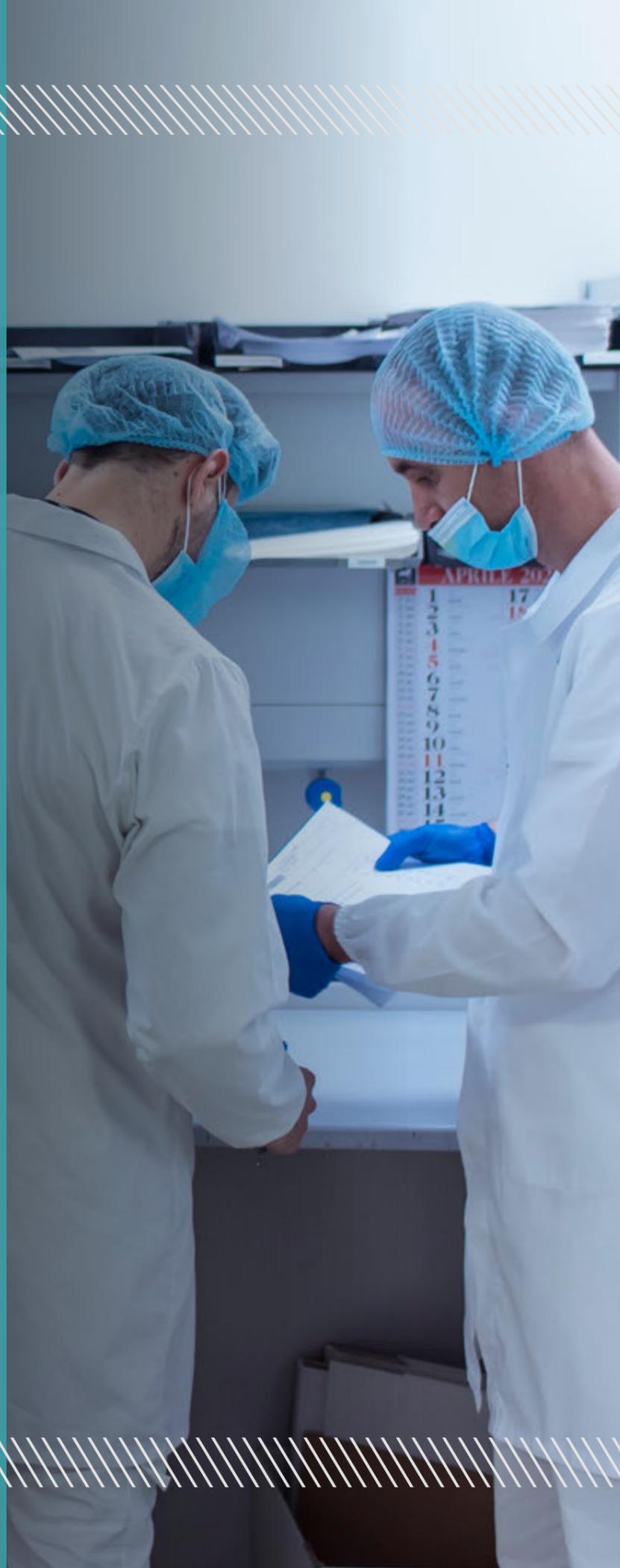
SPIRITO  
DI SQUADRA



INNOVAZIONE



CORAGGIO



## Etica, integrità e compliance

**Il Gruppo Biofarma incarna una dedizione profonda all'innovazione**, componente fondamentale della sua identità essenziale; grazie alla tenacia, alla coerenza, alla competenza e alla creatività del suo team, Biofarma è riuscita a plasmare una storia di successo, **affermandosi come un attore di rilievo nel mercato internazionale delle CDMO.**

**I principi che guidano il Gruppo** nel contesto professionale **sono** numerosi e variegati: **rispetto, fiducia, responsabilità, spirito di squadra, innovazione e coraggio**; tali principi richiedono che ogni individuo adotti una prospettiva sia sociale che morale, assumendo la responsabilità delle proprie scelte e azioni e comportandosi con coerenza e consapevolezza, **con l'obiettivo di raggiungere il massimo livello di realizzazione possibile**, sia per il Gruppo sia per sé stesso.

**La gestione dell'etica e dell'integrità di business è in capo all'Organismo di Vigilanza**, che oltre a gestire il processo di monitoraggio e controllo del Modello di prevenzione dei rischi di reato, ha anche il compito di monitorare sull'attuazione dei valori e dei principi deontologici stabiliti dal Codice Etico e declinati dalla normativa aziendale, e per farlo **utilizza strumenti come verifiche ispettive** o verifiche periodiche con il personale apicale.

Questo processo avviene ogni due mesi, e con cadenza semestrale vengono raccolti i flussi informativi attraverso moduli specifici previsti dalle procedure aziendali.

**In caso di Non Conformità ed Azioni Correttive, ne vengono costantemente monitorati gli sviluppi.**

Nella controllata francese Nutraskills è stata adottata la pratica di dare ad ogni nuovo impiegato il Codice Etico, ed i Manager partecipano a corsi sull'Etica di Business. Da Luglio 2023 Nutraskills ha adottato la Politica sui Conflitti di Interesse.

Nell'ambito della governance aziendale, **la gestione dei rischi legati alla corruzione è una componente fondamentale per garantire l'integrità e la trasparenza delle operazioni.**

Biofarma ha condotto un'analisi approfondita per identificare e valutare i rischi di corruzione nelle diverse aree operative.

## Di seguito vengono descritti i principali rischi emersi e le aree critiche:

### PROCESSO CICLO PASSIVO

Il rischio di corruzione può manifestarsi durante il processo di approvvigionamento e gestione dei fornitori, inclusa la selezione e l'acquisto di beni e servizi. La manipolazione dei contratti, sovrapprezzi o favoritismi verso determinati fornitori rappresentano potenziali minacce.

### SELEZIONE E GESTIONE DEL PERSONALE

Rischi associati alla corruzione possono emergere durante le fasi di assunzione, promozione e gestione del personale. Favoritismi, nepotismo o scambi di favori in cambio di vantaggi personali sono esempi di comportamenti a rischio.

### GESTIONE MOBILI E IMMOBILI

La corruzione può verificarsi nella gestione del patrimonio aziendale, sia mobile che immobile. Transazioni non trasparenti, valutazioni errate o l'uso improprio delle risorse aziendali sono potenziali rischi.

### GESTIONE VISITE ISPETTIVE E RAPPORTI CON AUTORITÀ PUBBLICHE

I rapporti con le autorità pubbliche e la gestione delle visite ispettive possono esporre l'azienda a rischi di corruzione, inclusi tentativi di influenzare gli ispettori o ottenere trattamenti di favore attraverso mezzi illeciti.

### RICHIESTA FINANZIAMENTI, AGEVOLAZIONI, CONCESSIONI E AUTORIZZAZIONI

I processi di richiesta di finanziamenti, agevolazioni, concessioni o autorizzazioni possono essere soggetti a corruzione.

Il rischio include la manipolazione delle informazioni o l'offerta di tangenti per ottenere vantaggi indebiti.

### GESTIONE CLIENTELA

La corruzione può emergere nella gestione delle relazioni con i clienti, in particolare attraverso pratiche di favoritismo, offerta di incentivi illeciti o manipolazione dei contratti di vendita.

### RAPPORTI CON ISTITUTI BANCARI

Le relazioni con gli istituti bancari possono esporre l'azienda a rischi di corruzione, come favori illeciti in cambio di condizioni finanziarie favorevoli o l'occultamento di transazioni non trasparenti.

### GESTIONE DONAZIONI, SPONSORIZZAZIONI E COMODATI D'USO

Le donazioni, sponsorizzazioni e comodati d'uso possono essere utilizzati come mezzi per attività corruttive, inclusi finanziamenti illeciti, favoritismi o l'uso improprio delle risorse aziendali per scopi personali.

### GESTIONE INCASSI E PAGAMENTI

I processi di incasso e pagamento sono vulnerabili alla corruzione attraverso falsi pagamenti, manipolazione delle registrazioni finanziarie o uso improprio dei fondi aziendali.

### GESTIONE RIMBORSI SPESA

La gestione dei rimborsi spesa può essere soggetta a pratiche corruttive, come la presentazione di spese falsificate o gonfiate per ottenere rimborsi indebiti.

### GESTIONE CASSA

La gestione della cassa presenta rischi di corruzione legati alla manipolazione dei fondi, appropriazione indebita o registrazioni finanziarie non accurate.

### GESTIONE CONTENZIOSI

La gestione dei contenziosi legali può essere soggetta a rischi di corruzione, inclusi tentativi di influenzare i risultati delle cause legali attraverso mezzi illeciti o accordi di compromesso non trasparenti.

A testimonianza del lavoro svolto dall'Organismo di Vigilanza, **per il 2023** come per il 2022 **non sono stati riportati casi di corruzione ed anti-concorrenza.**

## LE CERTIFICAZIONI DI BIOFARMA

Tutte le certificazioni del Gruppo sono consultabili tramite i seguenti link.

CERTIFICAZIONE	STABILIMENTO	LINK
Enviromental Policy	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Workers' Health and Safety Policy	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Quality Policy	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Quality Policy	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
ISO 13485 (Medical Devices)	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
ISO 13485 (Medical Devices)	Cusano Milanino	<a href="#">Scarica</a>
ISO 13485 (Medical Devices)	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
ISO 13485 (Medical Devices)	San Pietro Viminario	<a href="#">Scarica</a>
ISO 22716 (Cosmetics)	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
ISO 22716 (Cosmetics)	San Pietro Viminario	<a href="#">Scarica</a>
ISO 9001	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
ISO 9001	Cusano Milanino	<a href="#">Scarica</a>
GMP CRF Title 21, Vol2, Part 111 (Supplements)	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
GMP CRF Title 21, Part 111 (Supplements)	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
GMP CRF Title 21, Vol2, Part 111 (Supplements)	Cusano Milanino	<a href="#">Scarica</a>
GMP Pharma Aifa	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Pet Food Supplement Authorization (Art 10 Of Reg. 183/2005/Ce)	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
Kosher	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Halal	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Halal	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
Cosmos	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
RSPO Mass Balance (Cosmetics)	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
ISO 45001:2018 (Safety)	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
NF EN 17444:2021 (anti-doping)	Sérent	

CERTIFICAZIONE	STABILIMENTO	LINK
Organic Food	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Organic Food	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
Organic Cosmetics	San Pietro Viminario	<a href="#">Scarica</a>
Fda Registration	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Fda Registration	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
Fda Registration	L'Herbergement	
Fda Registration	Sérent	
ISO 22000:2018	Cusano Milanino	<a href="#">Scarica</a>
Manufacturing Licence It0610401189	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
IFS HPC-Household and Personal Care	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
Food Safety System Certification FSSC 22000	Gallarate	<a href="#">Scarica</a>
Food Safety System Certification FSSC 22000	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
FDA Cosmetic Registration	Mereto	<a href="#">Scarica</a>
FDA Cosmetic Registration	San Pietro Viminario	<a href="#">Scarica</a>
ISO 14001 (Enviromental Management System)	-	<a href="#">Scarica</a>
ISO 2200:2018	Sérent	
ISO 2200:2018	L'Herbergement	
ECOCERT	Sérent	
ECOCERT	L'Herbergement	
HACCP	Sérent	
HACCP	L'Herbergement	
FFL	Sérent	
FFL	L'Herbergement	
NF EN 17444:2021 (anti-doping)	L'Herbergement	

*Nota: non sono state elencate le certificazioni degli stabilimenti fuori perimetro di bilancio.*

## LA GESTIONE DEGLI AVVENIMENTI MACROECONOMICI

### CONFLITTO IN UCRAINA

La Società non è direttamente esposta alle vendite verso la Russia o l'Ucraina; tuttavia, produce prodotti nutraceutici per clienti europei che consegnano questi beni a tali mercati, con vendite stimate in 8,2 milioni di euro, meno dell'1,8% del fatturato totale.

### CONFLITTO IN ISRAELE E PALESTINA

La Società ha una limitata esposizione diretta con vendite dirette in Israele attraverso la produzione di prodotti nutraceutici e cosmetici per clienti israeliani. Le vendite verso Israele ammontano a 1,2 milioni di euro, meno dello 0,3% del fatturato totale, senza ritardi nelle consegne.

### INFLAZIONE

La Società sta affrontando una progressiva riduzione dei prezzi delle materie prime, energia, manodopera e servizi, alla luce di un miglioramento del contesto macroeconomico. Questa tendenza sta iniziando a materializzarsi nella prima metà del 2023, ma è più visibile nel terzo trimestre dell'anno. Parallelamente, la Società ha continuato a eseguire gli aumenti di prezzo pianificati per far fronte ai costi incrementati del 2022, sostenuti da un dialogo costante con i clienti. Inoltre, a dicembre 2023, Biofarma ha ridotto l'impatto degli aumenti dei costi attraverso azioni di mitigazione dedicate, come operazioni di efficienza e introduzione di nuovi fornitori di materie prime e imballaggi.



## CAPITOLO 4

# La creazione del prodotto: la filiera del prodotto, dal fornitore al cliente

---

5 LINEE DI  
PRODOTTO

---

---

847 MILIONI DI CAPSULE  
DI INTEGRATORI  
PRODOTTE

---

---

2.000 PROGETTI R&D  
SVILUPPATI

---

---

22 FORNITORI ESAMINATI  
SECONDO CRITERI ESG

---



## La qualità e la sicurezza dei nostri prodotti

**Garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti rappresenta un interesse primario del Gruppo**, il quale riesce a fornire prodotti sicuri e di alta qualità, il che non è solo una responsabilità etica, ma anche una necessità **per mantenere la fiducia dei clienti** e la reputazione aziendale.

**Biofarma investe continuamente in ricerca e sviluppo**, implementando rigorosi controlli di qualità e conformità per assicurare che ogni prodotto rispetti gli standard più elevati.

Questo impegno è evidente in tutte le linee di prodotto offerte dall'azienda, che spaziano **dagli integratori alimentari ai dispositivi medici e ai cosmetici**.

### INTEGRATORI ALIMENTARI IN NUMERI

53 LINEE DI PRODUZIONE

70 LINEE DI CONFEZIONAMENTO

847 MILIONI DI CAPSULE ALL'ANNO

2,2 MILIARDI DI COMPRESSE ALL'ANNO

75 mila kg DI GRANULATI A LETTO FLUIDO ALL'ANNO

615 MILIONI DI STICK PACK ALL'ANNO

342 MILIONI DI BUSTINE ALL'ANNO

61 MILIONI DI BLISTER ALL'ANNO

### INTEGRATORI ALIMENTARI

Con un focus sulla produzione per conto terzi, **Biofarma è specializzata nella produzione di integratori alimentari e nutraceutici**. Provenienti da piante, alimenti e fonti microbiotiche, i prodotti, disponibili in forme solide e liquide, sono progettati per prevenire malattie

croniche, migliorare la salute, ritardare l'invecchiamento e aumentare l'aspettativa di vita. **Varie aree terapeutiche vengono coperte** dagli integratori, tra cui il sistema immunitario, la salute gastrointestinale, il benessere cardiaco, il benessere mentale e l'invecchiamento attivo.

## DISPOSITIVI MEDICI

I **dispositivi medici**, regolati in materia separata rispetto all'ambito della pura integrazione alimentare, sono prodotti che agiscono sull'organismo in modo chimico-fisico e/o meccanico.

Per questa ragione i dispositivi medici **rappresentano rimedi dall'elevata efficacia** e permettono al titolare del marchio di pubblicizzare il prodotto mettendone in evidenza gli effetti terapeutici e di prevenzione.

Sviluppando e producendo dispositivi medici innovativi ed efficaci, Biofarma Group opera sia in out-licensing che per conto terzi. **Una vasta gamma di applicazioni terapeutiche, come il sistema immunitario, l'apparato uro-genitale, la dermatologia, l'ortopedia e la proctologia**, è coperta da questi dispositivi. Dalla progettazione iniziale alla raccolta dei dati tecnici e clinici, fino alla marcatura e certificazione, l'azienda gestisce ogni fase della produzione, assicurandosi di rispettare le normative vigenti.

## COSMETICI

Biofarma Group si occupa dello **sviluppo, produzione e confezionamento di cosmetici per conto terzi**: dai trattamenti per il viso ai prodotti per il corpo, per i capelli, l'igiene e la cura della pelle, anche quella più sensibile e delicata dei bambini.

**Promuovendo formulazioni green e certificabili**, l'azienda assicura che ogni prodotto rispetti l'ambiente e gli animali, e rispondendo alle esigenze di bellezza moderna, vengono sviluppati cosmetici che combinano innovazione e responsabilità sociale.

## PROBIOTICI

Il Gruppo Biofarma è **attivo nella produzione di prodotti contenenti probiotici**, rilasciati come integratori alimentari e farmaci.

I probiotici sono diversi ceppi di batteri "buoni" **capaci di proteggere l'organismo, soprattutto rafforzando l'ecosistema intestinale e influenzando positivamente il sistema immunitario**.

Da anni, gli sforzi dei ricercatori di tutto il mondo hanno contribuito a chiarire il ruolo dei probiotici e della loro straordinaria relazione simbiotica con gli esseri umani.

Un impatto sulla salute, quella dell'azione probiotica, che la scienza si pone di comprendere in ogni suo dettaglio negli anni a venire.

## STUDI CLINICI

Biofarma Group **attribuisce grande importanza agli studi clinici** per validare l'efficacia e la sicurezza dei propri prodotti.

Collaborando con centri di ricerca, università e start-up, **la divisione Ricerca e Sviluppo dell'azienda sviluppa oltre 2000 progetti annui**, molti dei quali si trasformano in prodotti di successo sul mercato.

Gli studi clinici condotti dal gruppo coprono diversi target terapeutici come il pre-diabete di tipo 2, la steatosi epatica non alcolica, la disfunzione erettile, la pre-ipertensione, i disturbi del sonno, la pre-depressione, l'iperuricemia e la prostatite.

## IL PACKAGING SECONDO BIOFARMA: AMPIEZZA DI SOLUZIONI, SOSTENIBILITÀ E TECNOLOGIE D'AVANGUARDIA

**Biofarma pone una grande enfasi sulla sostenibilità dei processi e dei prodotti**, assicurando sempre la massima qualità e sicurezza. La selezione accurata dei materiali di confezionamento serve a preservare l'integrità e l'efficacia dei prodotti, minimizzando nel contempo l'impatto ambientale.

**Per il confezionamento delle polveri**, Biofarma offre una varietà di opzioni come **barattoli, stick pack, T-Win stick e sachet**, fornendo soluzioni adatte a diverse esigenze di prodotto e mercato. **Per le capsule e le compresse**, l'azienda utilizza **blister in alu-alu e alu-pvc**, nonché **flaconi e vials attivi** con desiccanti per garantire una conservazione ottimale dei principi attivi.

**Per i liquidi**, Biofarma adotta un'ampia gamma di contenitori, inclusi **flaconi in vetro e plastica, flaconcini monodose con tappo serbatoio, stick pack, sachet**, oltre a **flaconi con pompe spray, fiale, fialoidi, applicatori a penna e flaconcini con contagocce**, ciascuno progettato per massimizzare la praticità d'uso e proteggere il contenuto.

**Nel caso di combinazioni di solidi e liquidi**, l'azienda propone soluzioni innovative come i **flaconcini monodose Dry-Cap e M-Cap**, e **fialoidi con tappo bi/trifase**, che mantengono i componenti separati fino al momento dell'uso, conservando la loro efficacia. **Le soluzioni pressurizzate** di Biofarma includono l'uso di **propellenti infiammabili e non infiammabili**, oltre alla **tecnologia Bag-On-Valve (BOV)**, che migliora l'erogazione del prodotto e riduce gli sprechi.



# La ricerca e sviluppo come strumento di innovazione

**La ricerca e sviluppo (R&D) è il cuore pulsante dell'innovazione in Biofarma**, che si impegna costantemente a ideare nuovi prodotti e a migliorare quelli esistenti attraverso un processo continuo di ricerca, sperimentazione e sviluppo.

Questo approccio non solo garantisce la qualità e l'efficacia dei prodotti, ma permette anche a Biofarma di anticipare e rispondere ai bisogni dei propri clienti e del mercato globale.

**Adottando un approccio di Open Innovation, sono state avviate diverse collaborazioni con centri di ricerca, università e start-up a livello regionale e nazionale**, consentendo all'azienda di esplorare e selezionare le migliori tecnologie disponibili, garantendo così soluzioni innovative e all'avanguardia.

Con **sette laboratori R&D distribuiti tra Europa, Stati Uniti e Cina**, Biofarma può offrire soluzioni personalizzate che coprono tutto il processo, dalla concezione del prodotto alla produzione finale, inclusi il controllo qualità e il supporto normativo.

## SHAPING THE FUTURE MAGAZINE: CONOSCENZA E DIVULGAZIONE I VALORI DI BIOFARMA

Il magazine "Shaping the Future" di Biofarma Group è uno strumento di divulgazione scientifica, progettato per promuovere la conoscenza e il dialogo continuo, elementi chiave per il progresso costante. Attraverso questo magazine, **Biofarma permette ai lettori di esplorare l'universo aziendale, restare aggiornati sulle ultime tendenze e studi scientifici, e scoprire nuovi prodotti e tecnologie innovative.**

"Shaping the Future" è organizzato in diverse **sezioni tematiche**, che includono approfondimenti su importanti progetti di ricerca, tecnologie avanzate e nuovi prodotti ad alto contenuto di innovazione.

**La divulgazione tramite il magazine è fondamentale sia dal punto di vista strategico**

**che per il rafforzamento delle relazioni con clienti e comunità.** Strategicamente, "Shaping the Future" consente a Biofarma di posizionarsi come leader nell'innovazione e nella sostenibilità, evidenziando il suo impegno continuo nella ricerca e sviluppo, e ciò aiuta a consolidare l'immagine e la reputazione aziendale come pioniere nel settore.

Inoltre, il magazine avvicina l'azienda a clienti e partner, **offrendo una panoramica completa delle attività e delle novità**, creando un legame di fiducia basato sulla trasparenza e sull'apertura.

Dal punto di vista della sostenibilità, condividere conoscenze e innovazioni tramite il magazine può avere un impatto positivo, promuovendo pratiche sostenibili e il benessere generale.

### PREDIABETE: LA PROPOSTA DI BIOFARMA GROUP PER MANTENERE I NORMALI LIVELLI DI GLUCOSIO NEL SANGUE

**Biofarma Group presenta il prodotto Reglicem**, un integratore in grado di **supportare le persone che si trovano in condizioni di pre-diabete**. L'articolo approfondisce i principali benefici apportati dagli ingredienti attivi del nutraceutico, evidenziando anche i risultati ottenuti dallo studio clinico a supporto, realizzato dal Gruppo.

Per saperne di più, leggi l'articolo completo qui: [LINK](#)

### DISTURBI DEL SONNO: MIGLIORARE LA QUALITÀ DEL RIPOSO CON UN INTEGRATORE

Biofarma **analizza le cause dei disturbi del sonno e presenta un integratore** sviluppato per migliorare la qualità del sonno. L'articolo offre approfondimenti sulle formulazioni e sui benefici di questo prodotto.

Ulteriori informazioni possono essere trovate nell'articolo qui: [LINK](#)

### IN SILICO TRIALS: L'AVANGUARDIA DELLA SPERIMENTAZIONE CLINICA A SOSTEGNO DEI PRODOTTI DI BIOFARMA GROUP

Biofarma discute **l'uso di tecnologie avanzate come i trial in silico per la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti**. Questi studi virtuali permettono di simulare l'efficacia e la sicurezza dei prodotti, riducendo tempi e costi di sviluppo.

Maggiori dettagli sono disponibili nell'articolo qui: [LINK](#)

### INNOVAZIONE TECNOLOGICA NELLA GESTIONE DEI PROCESSI DI FILM-COATING

L'articolo approfondisce **le tecniche innovative di film coating utilizzate da Biofarma** per migliorare la gestione dei processi produttivi. Queste tecnologie contribuiscono a migliorare la qualità e l'efficacia dei prodotti finiti.

Scopri di più leggendo l'articolo completo qui: [LINK](#)

### NUTRIGENOMICA: IL FUTURO DELLA SALUTE

Biofarma sta ampliando i confini delle conoscenze in materia di salute e benessere **esplorando la nutrigenomica**, un campo all'avanguardia che esamina come la nutrizione interagisca con il patrimonio genetico. Questo metodo innovativo **si propone di analizzare l'impatto dei nutrienti sull'attività dei geni e, di conseguenza, sulla salute generale**. Attraverso la nutrigenomica, si prevede di trasformare l'approccio alla prevenzione e al trattamento delle malattie, progettando strategie nutrizionali personalizzate basate sulle caratteristiche genetiche di ciascun individuo.

Per scoprire di più sulla nutrigenomica, consulta l'articolo completo sul magazine di Biofarma: [LINK](#)

## COSMETICI SOLIDI: BELLEZZA GREEN E TRAVEL-FRIENDLY

Il gruppo Biofarma da sempre **promuove un'idea di bellezza che celebri l'uso di tecnologie eco-friendly e prodotti naturali** composti da pochi e semplici ingredienti.

Questo concetto è **incarnato perfettamente dalla cosmetica solida**, ambito in cui il Gruppo è attivo da tempo con formulazioni altamente performanti e dal packaging sostenibile.

Si tratta di **prodotti che consentono una riduzione dell'utilizzo di acqua nel processo produttivo**, oltre a ridurre gli sprechi e l'utilizzo di conservanti. Inoltre, la forma solida consente la riduzione o abbandono dell'utilizzo della plastica in favore di **pack ottenuti da materiali riciclabili**, migliorando quindi le credenziali di sostenibilità del prodotto.

Attraverso l'utilizzo delle più avanzate tecnologie **Biofarma Group ha sviluppato un'intera gamma di prodotti solidi dedicata a viso, capelli e corpo** in grado di apportare, grazie agli attivi inseriti all'interno, numerosi benefici per la bellezza e il benessere del consumatore finale.

**Per saperne di più** su questo progetto, visita l'articolo completo qui:

[LINK](#)

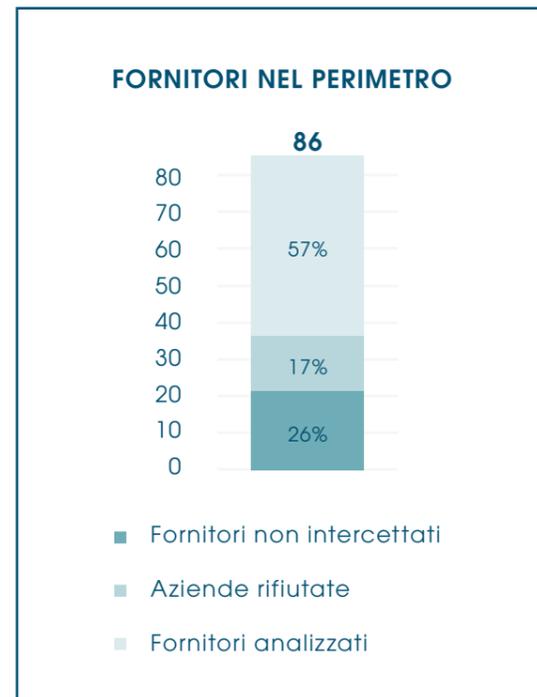
# La catena di fornitura

Nel **Codice di Condotta**, Biofarma stabilisce il rapporto con i propri fornitori, concentrandosi su Concorrenza leale e Antitrust, Anti-Riciclaggio e Anticorruzione.

**Il rispetto di questi principi è cruciale** per il successo aziendale, fungendo da base per un'attività commerciale che mira a una società sostenibile attraverso la creazione di valore aggiunto e un comportamento responsabile verso la comunità.

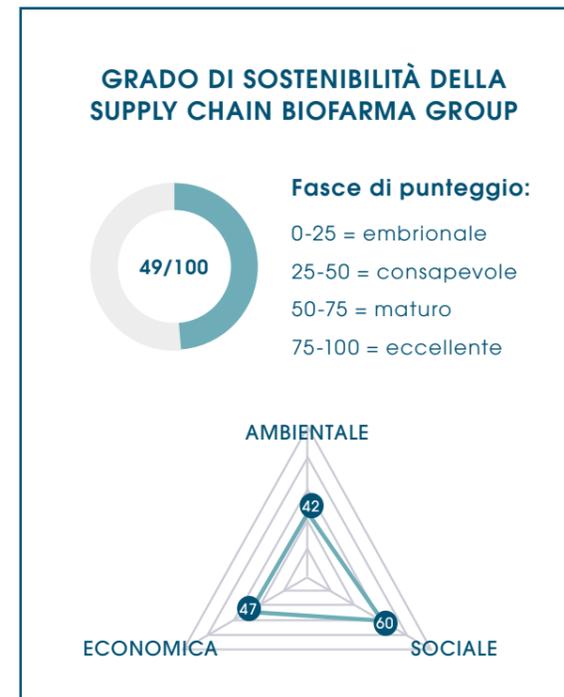
Consapevole dell'importanza di garantire integrità e trasparenza, **Biofarma ha implementato e applicato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo previsto dal Decreto Legislativo 231/2001** da diversi anni. Questo decreto, che ha introdotto in Italia la responsabilità amministrativa degli enti per reati commessi nel loro interesse o a loro vantaggio dal personale di vertice o subordinato, è essenziale per una governance adeguata e la prevenzione di comportamenti illeciti.

A completamento, **Biofarma condivide il proprio Codice Etico con tutti gli Stakeholder**, fornendo una guida per i comportamenti dei destinatari e di chi opera nell'interesse o a vantaggio dell'azienda, in assenza di specifici protocolli preventivi.



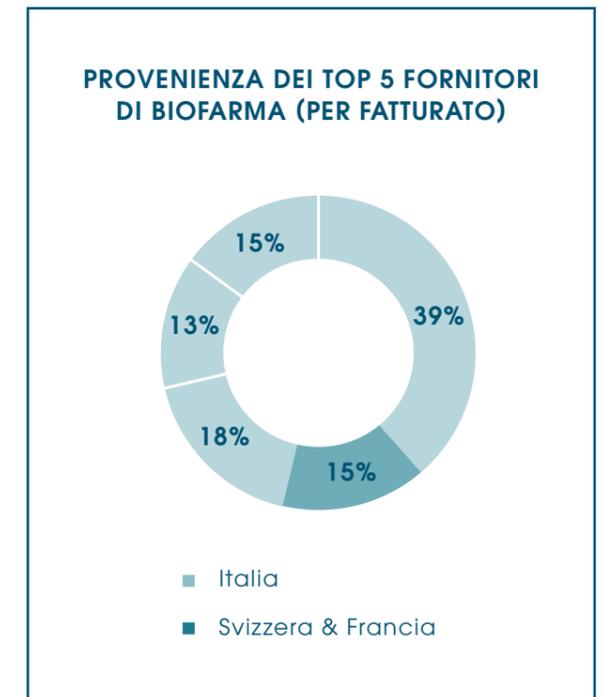
Nel dicembre 2023, **Biofarma ha avviato un'analisi approfondita della propria supply chain**, che si è protratta fino a marzo 2024, concentrandosi sui fornitori degli stabilimenti italiani e francesi, attraverso la compilazione dell'Assessment di Sostenibilità sulla piattaforma di Circularity.

Il campione analizzato è rappresentativo della catena di fornitura di Biofarma ma coinvolge un numero ristretto di fornitori chiave. Questa analisi è stata fondamentale per valutare l'efficienza e la sostenibilità della catena di approvvigionamento, escludendo temporaneamente i fornitori degli impianti situati in USA e Cina. **Biofarma ha identificato 581 aziende fornitrici nel 2023**, raggruppandole sulla base del fatturato di acquisto derivante dalle commesse aziendali.



Per focalizzarsi sui fornitori strategici, è stata fissata una soglia di fatturato di acquisto superiore a 150.000 €, riducendo il campione a 86 aziende, che rappresentano l'84% del totale dei beni e servizi acquistati da Biofarma. Tra queste, **37 aziende sono state effettivamente valutate**: 22 hanno completato la valutazione, mentre 15 hanno scelto di non partecipare. **L'analisi ha rivelato che il settore predominante tra i fornitori è quello degli industriali generali**, con una rappresentanza minore di produttori di sostanze chimiche e alimentari, e scarsamente rappresentati i settori dei materiali industriali e da costruzione.

**In termini di sostenibilità, le aziende valutate hanno ottenuto un punteggio medio di 49/100**, classificandosi nella categoria di sostenibilità "Consapevole". Questo punteggio indica una buona integrazione degli Obiettivi di Sviluppo



Sostenibile (SDGs) nelle strategie aziendali dei fornitori, con margini di miglioramento soprattutto per aumentare la rappresentatività e l'influenza della supply chain. Per quanto riguarda **la distribuzione delle performance di sostenibilità dei fornitori di Biofarma secondo le tre dimensioni della sostenibilità** (ambientale, economica e sociale), i punteggi sono stati i seguenti:

- **SOCIALE: 60/100**
- **ECONOMICA: 47/100**
- **AMBIENTALE: 42/100**

Questi risultati evidenziano che **la dimensione sociale è attualmente la più presidiata dai fornitori di Biofarma, con un punteggio di 60/100**, seguita dalle dimensioni economica e ambientale, che registrano punteggi di 47/100 e 42/100 rispettivamente.

# I nostri clienti

Al suo interno il gruppo possiede **diverse aziende**, capaci di servire diversi target di clientela, il che permette di avere **un portafoglio di prodotti e tecnologie estremamente diversificato**, formatosi attraverso acquisizioni mirate nel tempo.



## BU INTEGRATORI ALIMENTARI

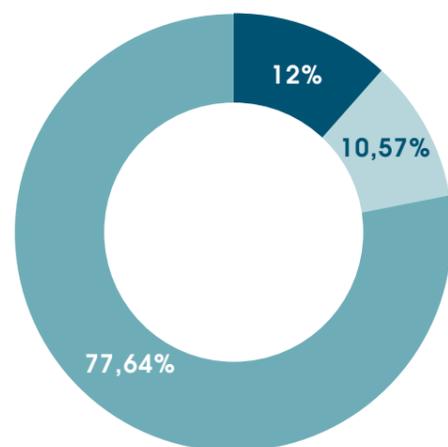
Attraverso la **BU Integratori Alimentari**, Biofarma sviluppa prodotti mirati al miglioramento della salute, concentrandosi sul mantenimento del benessere e sull'integrazione o potenziamento di trattamenti preventivi. Sebbene non sia generalmente necessaria una prescrizione formale per l'acquisto di integratori, le raccomandazioni mediche guidano spesso la decisione iniziale dei consumatori.



## BU COSMETICI

Nel settore della cura della pelle premium, la **BU Cosmetici** si distingue con la produzione di creme anti-invecchiamento, prodotti per la protezione solare e per la cura dei capelli. Strategicamente, l'unità si focalizza sui "cosmeceutici", ossia cosmetici che si suppone abbiano effetti terapeutici.

## RICAVI PER BUSINESS UNIT



- Dispositivi medici
- Cosmetici
- Integratori alimentari



## BU DISPOSITIVI MEDICI

I prodotti sviluppati dalla **BU Dispositivi Medici** raggiungono il loro effetto terapeutico tramite azioni fisiche, come gli aerosol, o meccaniche, come uno strato protettivo nello stomaco, per la prevenzione e il trattamento delle malattie.

Regolati da normative specifiche sia a livello nazionale che europeo, questi dispositivi sono comunemente raccomandati dai medici e distribuiti tramite farmacie.

## PARTNER & CUSTOMER RELATIONSHIP

Mantenere **relazioni solide e durature con clienti e partner** rappresenta la base solida per ogni business con visione di lungo periodo, e coltivare questi rapporti nel tempo **non solo rafforza la fiducia reciproca, ma stimola anche lo sviluppo di progetti innovativi**, facilitando la condivisione di conoscenze ed esperienze, essenziali per la creazione di soluzioni terapeutiche avanzate. Biofarma ha adottato **diverse strategie per gestire efficacemente le relazioni con i suoi partner**:

### ORGANIZZAZIONE DI INNOVATION MEETING

L'azienda ospita regolarmente incontri di innovazione con i clienti per discutere delle ultime tendenze terapeutiche e sviluppare idee per nuovi prodotti.

### CREAZIONE DI SCHEDE TECNICHE

Biofarma produce schede tecniche dettagliate per ogni prodotto sviluppato, assicurando trasparenza e facilitando la condivisione di informazioni scientifiche.

### ANALISI DI MERCATO

Regolarmente, l'azienda conduce analisi di mercato per acquisire una comprensione approfondita delle evoluzioni dei target terapeutici e della loro incidenza a livello globale, orientando così lo sviluppo dei prodotti in base alle esigenze del mercato.

### SVILUPPO DI PROGETTI NUTRACEUTICI

Con un focus sullo sviluppo di nutraceutici altamente innovativi, Biofarma investe in ricerca e sviluppo per rafforzare la sua posizione di leader a livello internazionale.

## CAPITOLO 5

# Il nostro capitale umano: il valore e il benessere delle persone

1.142

NUMERO DI COLLABORATORI

12%

TASSO DI TURNOVER IN USCITA

5 anni

ANZIANITÀ MEDIA DI SERVIZIO

850

NUMERO DI DIPENDENTI (232 NUOVI)

62%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI DONNE

6.134

ORE DI FORMAZIONE EROGATE





## La squadra

**Il benessere personale dei dipendenti rappresenta un elemento fondamentale all'interno dell'organizzazione, poiché incide direttamente sulla produttività, sulla soddisfazione lavorativa e sulla capacità dell'azienda di attrarre e trattenere talenti di alto livello.**

Biofarma riconosce che il successo aziendale non può prescindere dalla salute fisica, mentale ed emotiva dei suoi collaboratori, e pertanto si impegna a creare un ambiente di lavoro che promuova il benessere in tutte le sue forme.

**Investire nel benessere dei dipendenti** non è soltanto una questione etica, ma anche **una strategia aziendale vincente**, poiché un ambiente di lavoro positivo e supportivo contribuisce a ridurre l'assenteismo, migliorare la motivazione e aumentare l'engagement dei lavoratori.

A tal fine, **Biofarma implementa una serie di iniziative** volte a garantire che ogni dipendente possa lavorare in un contesto sicuro, inclusivo e stimolante, dove le esigenze individuali siano riconosciute e valorizzate.

Tra le principali iniziative adottate dall'azienda, vi sono **programmi di formazione continua**, che non solo migliorano le competenze professionali dei dipendenti, ma favoriscono anche la loro crescita personale e la capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato.

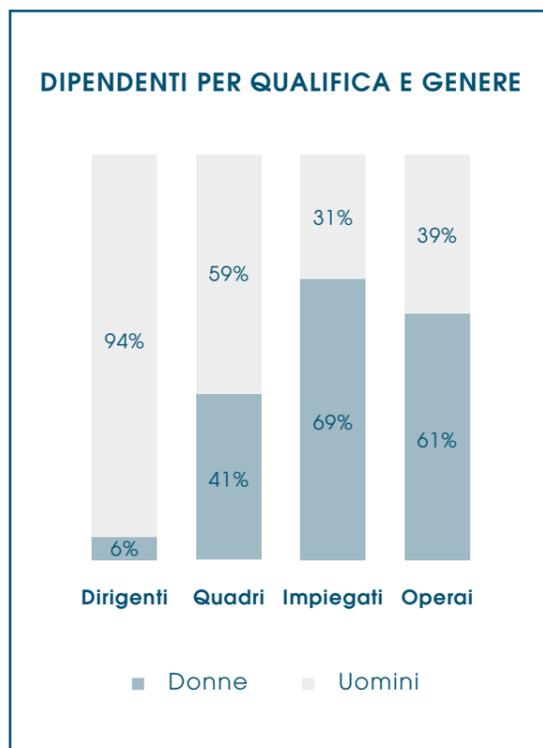
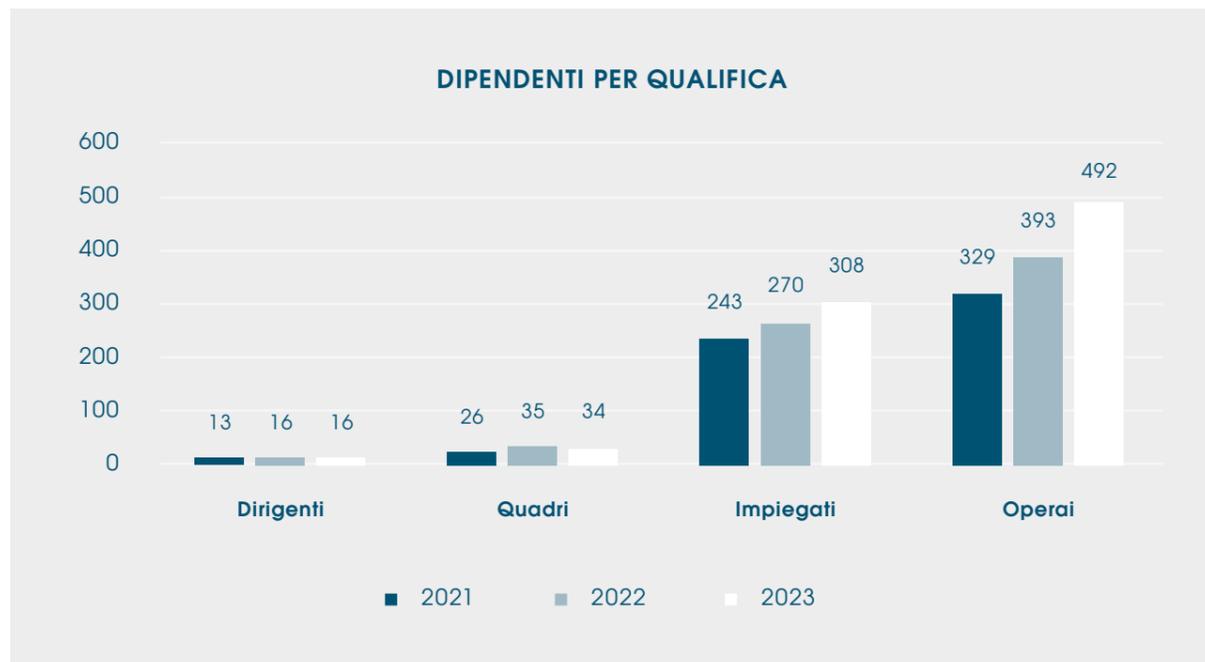
Biofarma si impegna anche a **creare un ambiente di lavoro inclusivo**, dove la diversità sia celebrata e rispettata: questo include la promozione della parità di genere, la valorizzazione delle differenze culturali e l'inclusione di persone

con disabilità, assicurando che tutti i dipendenti abbiano le stesse opportunità di sviluppo e carriera.

Nella classificazione proposta, la categoria dei **"Dirigenti"** comprende la prima linea del Management, che riporta direttamente al CEO, e alcuni dei manager che si trovano ad un livello gerarchico immediatamente inferiore. La categoria **"Quadri"**, invece, include i manager che da organigramma sono posizionati a due e tre livelli di distanza dal CEO.

*Per tutti i dati presenti in questo capitolo, non sono stati inclusi nel conteggio del 2021 i dati che si riferiscono alla sede operativa di Lissone.*

GRI 405-1   DIPENDENTI DIVISI PER CATEGORIA E GENERE	2021	2022	2023
<b>Totale dei dipendenti</b>	<b>611</b>	<b>714</b>	<b>850</b>
Donna	359	428	530
Uomo	252	286	320
<b>Dirigenti</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
Donna	0	1	1
Uomo	13	15	15
<b>Quadri</b>	<b>26</b>	<b>35</b>	<b>34</b>
Donna	9	12	14
Uomo	17	23	20
<b>Impiegati</b>	<b>243</b>	<b>270</b>	<b>308</b>
Donna	162	189	213
Uomo	81	81	95
<b>Operai</b>	<b>329</b>	<b>393</b>	<b>492</b>
Donna	188	226	302
Uomo	141	167	190



La tabella in pagina precedente fornisce **una panoramica dettagliata della composizione dei dipendenti di Biofarma negli ultimi 3 anni.**

Si registra **una crescita significativa del numero totale di dipendenti**, passando da 611 nel primo anno a **850** nel terzo anno riflettendo l'espansione dell'azienda e la sua capacità di attrarre e integrare nuovi talenti.

**Il numero di dipendenti donne** è aumentato da 359 a 530, rappresentando **circa il 62% della forza lavoro totale** nel terzo anno, evidenziando l'impegno di Biofarma verso la promozione della diversità e l'inclusione di genere. Anche il numero di dipendenti uomini è aumentato, sebbene a un ritmo più lento, da 252 a 320.



Durante il 2023 Biofarma si è avvalsa anche del contributo operativo di **5 collaboratori esterni, 276 collaboratori a chiamata e 11 figure in stage.**

GRI 2-7A   DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO	U.M.	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>Totale dipendenti a contratto</b>	n	<b>530</b>	<b>320</b>	<b>850</b>
A tempo indeterminato	n	521	316	837
A tempo determinato	n	9	4	13
<b>Totale dipendenti full time + part time</b>	n	<b>530</b>	<b>320</b>	<b>850</b>
Full time	n	517	319	836
Part time	n	13	1	14

Il numero di **collaboratori a tempo indeterminato** è cresciuto costantemente nel triennio considerato, a discapito di una diminuzione dei collaboratori a contratto determinato e interinali, **indicando un forte impegno da parte di Biofarma nel garantire stabilità occupazionale ai propri**

**dipendenti**, riducendo la precarietà e promuovendo un ambiente di lavoro stabile e sicuro. L'aumento dei contratti a tempo indeterminato riflette la solidità economica dell'azienda e sua capacità di pianificazione a lungo termine.

# Un team forte ed eterogeneo

La diversità e l'inclusione all'interno della forza lavoro rappresentano pilastri fondamentali per la crescita sostenibile e il successo a lungo termine di Biofarma.

L'azienda si compone di una forza lavoro diversificata per genere e fascia d'età, con una tendenza crescente verso l'inclusione di giovani dipendenti.

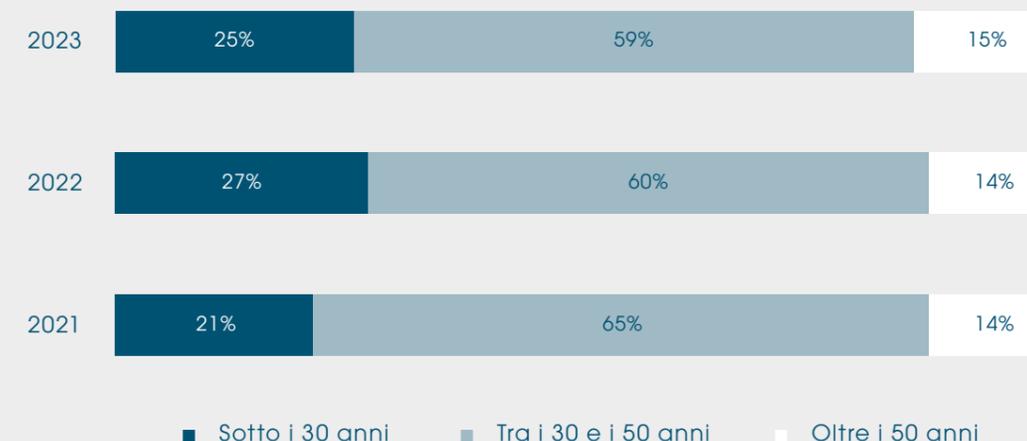
La crescente presenza femminile in tutte le fasce d'età evidenzia l'impegno dell'azienda per promuovere la parità di genere e l'incremento del numero di dipendenti nelle fasce d'età più giovani e di mezza età evidenzia gli investimenti di Biofarma nella costruzione di un team dinamico e versatile, capace di rispondere alle sfide future.

La distribuzione demografica equilibrata, insieme all'aumento costante del numero di dipendenti, indica una strategia di crescita sostenibile e un ambiente di lavoro inclusivo e attrattivo per diverse generazioni, dimostrando il suo impegno verso la diversità e l'inclusione.



GRI 405-1   PERSONALE OCCUPATO PER FASCIA D'ETÀ E GENERE	2021	2022	2023
<b>Totale dei dipendenti</b>	<b>611</b>	<b>714</b>	<b>850</b>
Donna	359	428	530
Uomo	252	286	320
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>128</b>	<b>191</b>	<b>215</b>
Donna	76	117	139
Uomo	52	74	76
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>399</b>	<b>426</b>	<b>504</b>
Donna	232	249	302
Uomo	167	177	202
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>84</b>	<b>97</b>	<b>131</b>
Donna	51	62	89
Uomo	33	35	42

## DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ



GRI 405-1   PERCENTUALE DI DONNE IN AZIENDA	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	<b>62%</b>
Sotto i 30 anni	59%	61%	65%
Tra i 30 e 50 anni	58%	58%	60%
Oltre i 50 anni	61%	64%	68%

GRI 405-1   CATEGORIE PROTETTE	2021	2022	2023
Donna	12	11	13
Uomo	8	9	12
<b>Totale</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>25</b>

GRI 405-1   LIVELLO DI ISTRUZIONE	2021	2022	2023
Laureati	139	226	258
Diplomati	202	346	418
Altro (inferiore al diploma)	81	142	174

## ARTE&LIBRO

Biofarma, in collaborazione con Arte&Libro ONLUS, ha presentato il **progetto “Diversità è Inclusione”** per trasformare l’obbligo di legge di assunzione di lavoratori disabili in opportunità.

Questo progetto, tramite una convenzione tripartita con la Regione Friuli-Venezia Giulia, **consente a lavoratori disabili di prestare servizio all’interno della cooperativa sociale Arte & Libro**, favorendo l’inclusione lavorativa e migliorando la competitività dell’azienda.

**Il livello di istruzione manifesta la qualità del capitale umano in azienda: se elevato, può rappresentare una grande fonte di idee innovative, efficienza ed adattabilità, nonché di vantaggio competitivo in un mercato molto dinamico.**

**Il numero di dipendenti laureati è** aumentato in modo significativo, passando da 139 nel 2021 a 226 nel 2022, fino a raggiungere **258 nel 2023**.

Questo incremento riflette la strategia di Biofarma di attrarre e trattenere personale con un alto livello di istruzione, fondamentale per affrontare le sfide del settore e promuovere l’innovazione.

La crescita del numero di laureati **indica anche l’efficacia delle politiche di sviluppo professionale e formazione continua** offerte dall’azienda, che valorizzano e supportano il percorso di carriera dei dipendenti: in questo contesto, **Biofarma collabora attivamente con numerose università**, sia a livello nazionale sia internazionale, per promuovere progetti di ricerca e sviluppo o per partecipare attivamente a career day organizzati, offrendo agli studenti una panoramica delle opportunità di carriera disponibili e favorendo l’incontro tra domanda e offerta di lavoro.

Queste collaborazioni non solo **favoriscono l’innovazione tecnologica e scientifica**, ma offrono anche opportunità di crescita professionale per studenti e neolaureati, creando un ponte tra il mondo accademico e quello industriale.

## BIOFARMA INCONTRA GLI STUDENTI

Continuano anche per il 2023 le iniziative che vedono coinvolti studenti universitari e neolaureati con Biofarma.

**L'azienda ha sempre riconosciuto il valore delle collaborazioni con le università,** sia per l'innovazione, lo studio, la ricerca e l'innovazione di prodotto, sia per le attività di selezione e integrazione di nuovi talenti.

A tal fine, **durante il 2023 Biofarma ha partecipato a vari eventi** per entrare in contatto con potenziali talenti, presentare opportunità di carriera ed aumentare la propria visibilità sul mercato del lavoro.

### COLLABORAZIONE CON ISTUD BUSINESS SCHOOL

Si rinnova anche per il 2023 la collaborazione con ISTUD Business School 2023, che questa volta ha visto coinvolti 48 studenti del Master Scienziati in Azienda, che hanno partecipato a vari project work.

### CAREER DAY, POLO UNIVERSITARIO DI BRESCIA 2023

Biofarma ha presidiato il Career day polo universitario di Brescia, l'evento di recruiting dedicato ai laureandi e laureati in Scienze Mediche e Biologiche, Scienze Economiche, Scienze Ingegneristiche e Scienze Giuridiche.



### FIERA DEL LAVORO FVG

In collaborazione con l'Associazione Laureati Ingegneria Gestionale (ALIG), che promuove l'immagine e l'inserimento nel mercato del lavoro dei laureati, Biofarma ha avuto l'opportunità di conoscere nuovi talenti ed esporre le numerose opportunità professionali disponibili.

### IES DI PADOVA 2023

Biofarma ha partecipato al Career day settoriale Università aperta IES, organizzato dal Career Service dell'Università di Padova. Iniziative come i Career day rappresentano sempre un importante momento di incontro con i giovani studenti e neolaureati degli ambiti ingegneristico, economico e scientifico per far conoscere la realtà aziendale, agevolando l'inserimento lavorativo attraverso stage o tirocini.

### JOB@UNITS 2023

Biofarma ha partecipato al Career day dell'Università di Trieste.

### STAGE CURRICULARI CON UNIVERSITÀ DI PAVIA

Durante il 2023 gli studenti d'eccellenza iscritti al corso di Laurea Magistrale in Biotecnologie Plus hanno avuto l'opportunità di svolgere uno stage tesi in azienda della durata di un anno lavorando allo sviluppo di progetti innovativi.

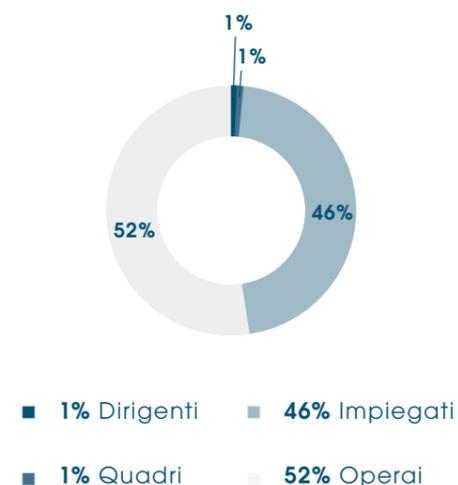
# La formazione e lo sviluppo delle competenze

Per il successo di lungo termine di un'organizzazione, **la formazione risulta essere un tassello fondamentale**: investire nella formazione dei dipendenti non solo migliora le loro competenze e conoscenze, ma favorisce anche la loro crescita professionale e personale.

GRI 404-1   ORE DI FORMAZIONE ANNUA PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE	2021	2022	2023
<b>Dirigenti</b>	<b>52</b>	<b>91</b>	<b>25</b>
Donna	0	28	25
Uomo	52	63	0
<b>Quadri</b>	<b>190</b>	<b>454</b>	<b>72</b>
Donna	58	58	21
Uomo	132	396	51
<b>Impiegati</b>	<b>1.870</b>	<b>2.336</b>	<b>2.831</b>
Donna	1.418	1.543	2.135
Uomo	452	793	696
<b>Operai</b>	<b>4.475</b>	<b>3.935</b>	<b>3.206</b>
Donna	2.502	1.643	2.147
Uomo	1.973	2.292	1.059
<b>Totale</b>	<b>6.587</b>	<b>6.815</b>	<b>6.134</b>

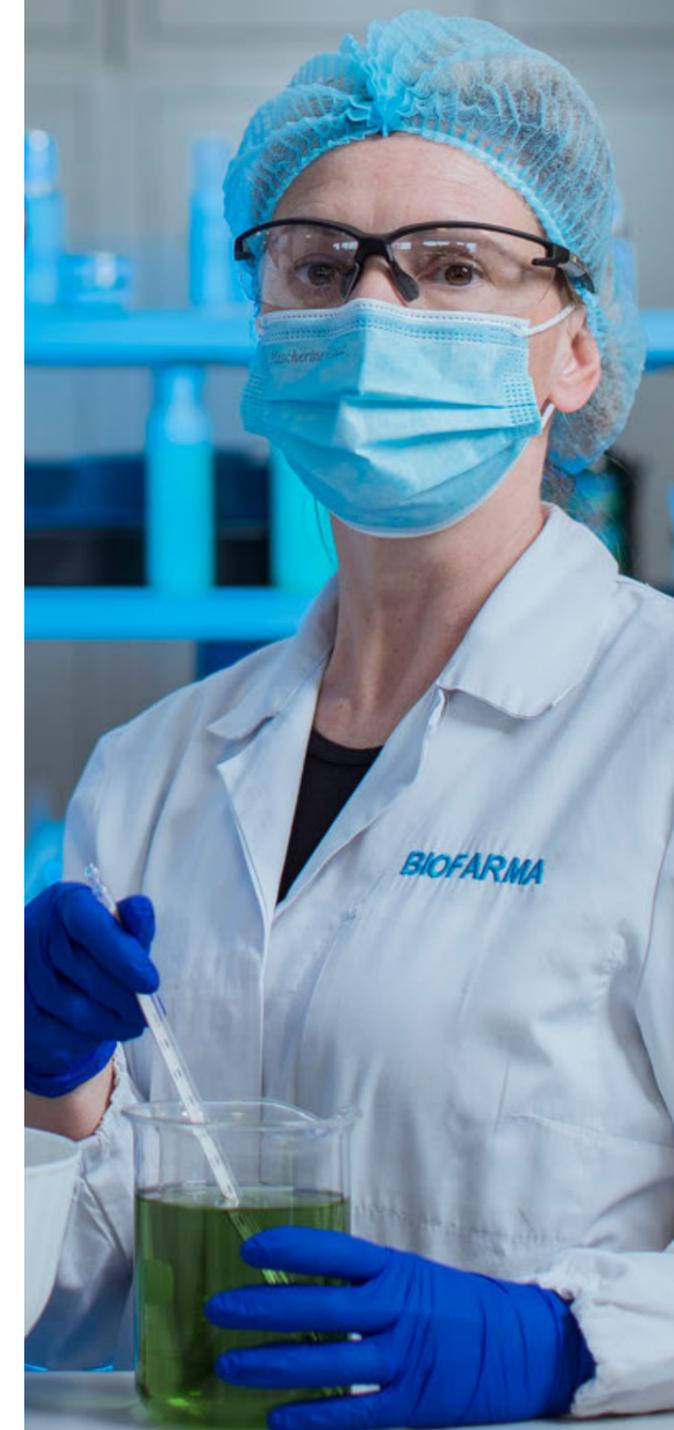
GRI 404-1   TIPOLOGIA DI FORMAZIONE IN ORE	2021	2022	2023
<b>Sicurezza</b>	<b>1.787</b>	<b>3.339</b>	<b>3.323</b>
Donna	952	1.001	1.337
Uomo	835	2.338	1.986

## FORMAZIONE EROGATA PER CATEGORIA



In un contesto aziendale in rapida evoluzione, garantire che il personale sia sempre aggiornato con le ultime tendenze e tecnologie è fondamentale per mantenere la competitività e l'innovazione. **Biofarma crede fermamente nell'importanza del Learning & Development come strumento per migliorare le performance** dei propri dipendenti.

Attraverso questi programmi, l'azienda si impegna a fornire le competenze necessarie per coprire al meglio i ruoli aziendali e rimanere al passo con le evoluzioni del settore. **Ogni dipendente ha l'opportunità di partecipare a percorsi di carriera personalizzati**, disegnati per coltivare abilità e potenzialità individuali, favorendo così una crescita professionale e personale che contribuisce al successo complessivo dell'organizzazione.



# La gestione dei talenti

Per Biofarma, **il turnover dei dipendenti è un indicatore cruciale** della salute organizzativa e della soddisfazione del personale. **Monitorare e analizzare i tassi di turnover** permette all'azienda di individuare aree di miglioramento nella gestione delle risorse umane e di sviluppare strategie mirate per trattenere i talenti.

Un turnover equilibrato indica un ambiente di lavoro positivo e motivante, essenziale per garantire la continuità operativa e sostenere la crescita aziendale nel lungo periodo. **Nel 2023 il tasso di turnover è diminuito dal 44% al 39%**, a conferma di un miglioramento delle politiche HR.

**Il tasso di turnover in entrata** è passato dal 19% nel 2021 al 28% nel 2022 e si è stabilizzato al **27% nel 2023**. Le donne hanno mostrato un aumento maggiore rispetto agli uomini nel 2023, con un tasso di turnover del 29% rispetto al 25% degli uomini, indicando un maggiore ingresso di personale femminile.

**La fascia di età under 30** ha mostrato tassi di turnover in entrata estremamente alti, passando dal 148% nel 2021 al 220% nel 2023. Questo dato **riflette un'elevata mobilità tra i giovani dipendenti, con le donne che mostrano un turnover in entrata leggermente più alto** rispetto agli uomini.

I valori rappresentati tengono conto di una operatività che coinvolge, come anticipato, figure con uno specifico contratto di somministrazione con una durata determinata. Per tale motivo, la tabella rappresenta dei valori di entrate ed uscite coerenti con la richiesta operativa di Biofarma.

GRI 401-1   NUOVO PERSONALE ASSUNTO NELL'ANNO PER ETÀ E GENERE	2021	2022	2023
<b>Totale nuovi assunti</b>	<b>117</b>	<b>201</b>	<b>232</b>
Donna	67	117	152
Uomo	50	84	80
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>56</b>	<b>98</b>	<b>95</b>
Donna	34	57	62
Uomo	22	41	33
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>55</b>	<b>94</b>	<b>112</b>
Donna	27	54	72
Uomo	28	40	40
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>25</b>
Donna	6	6	18
Uomo	0	3	7

GRI 401-1   PERSONALE CHE HA INTERROTTO O TERMINATO IL RAPPORTO DI LAVORO PER ETÀ E GENERE	2021	2022	2023
<b>Totale dipendenti usciti</b>	<b>64</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
Donna	30	58	52
Uomo	34	57	48
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>19</b>	<b>41</b>	<b>43</b>
Donna	14	20	27
Uomo	5	21	16
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>39</b>	<b>64</b>	<b>42</b>
Donna	12	32	19
Uomo	27	32	23
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>15</b>
Donna	4	6	6
Uomo	2	4	9

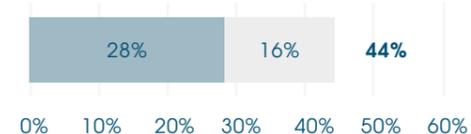
GRI 401-1   TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO, PER GENERE E ETÀ	2021	2022	2023
<b>Tasso turnover complessivo</b>	<b>29%</b>	<b>44%</b>	<b>39%</b>
<b>Tasso di turnover in entrata</b>	<b>19%</b>	<b>28%</b>	<b>27%</b>
Donna	19%	27%	29%
Uomo	20%	29%	25%
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>148%</b>	<b>251%</b>	<b>220%</b>
Donna	147%	265%	242%
Uomo	148%	187%	178%
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>57%</b>	<b>92%</b>	<b>110%</b>
Donna	43%	93%	84%
Uomo	70%	92%	121%
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>39%</b>	<b>30%</b>	<b>119%</b>
Donna	60%	26%	114%
Uomo	0%	41%	63%
<b>Tasso di turnover in uscita</b>	<b>10%</b>	<b>16%</b>	<b>12%</b>
Donna	8%	14%	10%
Uomo	13%	20%	15%
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>88%</b>	<b>128%</b>	<b>155%</b>
Donna	69%	164%	52%
Uomo	67%	99%	76%
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>48%</b>	<b>212%</b>	<b>61%</b>
Donna	30%	172%	9%
Uomo	87%	237%	41%
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>33%</b>	<b>43%</b>	<b>92%</b>
Donna	34%	32%	31%
Uomo	24%	74%	63%

### TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO

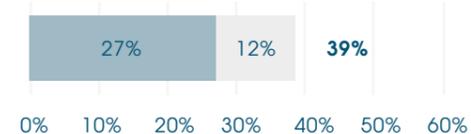
2021



2022



2023



■ Tasso di turnover in entrata

■ Tasso di turnover in uscita

GRI 405-1   DIPENDENTI PER ANZIANITÀ	2021	2022	2023
Età media occupati	33	39	39
Anzianità media di servizio (anni)	5,56	4,96	5,13



# La nuova strategia HR

Biofarma sta lavorando attivamente per **migliorare la retention del proprio personale**, con l'obiettivo di ridurre il turnover in uscita.

La nuova strategia HR è focalizzata su **diverse iniziative** che mirano a creare un ambiente di lavoro soddisfacente e motivante. Uno degli elementi chiave di questa strategia è la **trasparenza del processo di selezione**, il primo passo per entrare in Biofarma.



## IL PROCESSO DI SELEZIONE DI BIOFARMA

È stata **implementata una sezione dedicata sul sito web**, dove vengono descritti in modo chiaro e dettagliato i vari passaggi del processo di selezione. Questo approccio trasparente aiuta i candidati a comprendere meglio le aspettative dell'azienda e le fasi che dovranno affrontare, riducendo incertezze e ansie:

- 1 **CANDIDATURA ONLINE**  
Invio del CV per posizioni specifiche o per candidatura spontanea.
- 2 **WARM UP**  
Se il candidato è in linea con i requisiti, verrà ricontattato dal Team Talent Acquisition.
- 3 **COLLOQUIO CONOSCITIVO**  
Primo colloquio con il Team Talent Acquisition per conoscere e condividere studi, esperienze ed aspirazioni del candidato. Qualora il primo step dovesse andare a buon fine, verranno analizzate abilità, competenze tecniche e attitudini in ulteriori colloqui alla presenza dei responsabili di funzione.
- 4 **PROPOSTA DI ASSUNZIONE**  
Inizia così il percorso di collaborazione con il nuovo candidato, che entra a far parte del team.
- 5 **ONBOARDING**  
Ogni persona è parte integrante del valore umano e professionale del gruppo. In questa parte del processo, il nuovo talento verrà accompagnato alla scoperta dell'organizzazione, attraverso un programma strutturato ed integrato, per ridurre i tempi di inserimento e massimizzare empowerment ed engagement.
- 6 **WELCOME ON BOARD**  
La nuova risorsa fa parte a tutti gli effetti del team ed è pronto ad affrontare le prossime sfide.

Le altre **iniziative della strategia HR** invece riguardano il benessere dei dipendenti, le modalità di ricerca di nuovi talenti e piani di sviluppo carriera:

### TUTORED

Tutored è **una piattaforma a due vie dove giovani talenti incontrano aziende** e vengono assunti partecipando a esperienze online. Questa iniziativa rafforza le modalità con le quali Biofarma ha l'opportunità di mettersi in contatto con giovani risorse ancora nel mondo universitario o appena laureate.

### JOB POSTING

Biofarma si prende cura dei propri dipendenti, dando anche la possibilità di cambiare ruolo e cercare nuovi stimoli in mansioni diverse. Questo progetto è finalizzato a **favorire la mobilità interna** dando la possibilità di candidarsi alle ricerche attive.

### APERIBUDDY

La missione di Biofarma è quella di **accogliere i nuovi colleghi, guidandoli nel loro processo di onboarding** e aiutandoli a esplorare l'azienda. L'evento riunisce quindi tutti i colleghi che sono stati assunti in un determinato periodo di tempo e i loro Buddies, permettendo loro di rafforzare la loro relazione in un'atmosfera informale.

### REFERRAL PROGRAM

È stato avviato un programma in cui i **dipendenti** favoriscono la conoscenza dell'azienda e **presentano nuovi candidati da assumere attingendo dalla loro rete di contatti**. Questo programma rappresenta un vantaggio sia per i dipendenti, in quanto al successo della segnalazione è riconosciuto un incentivo economico o un benefit, ed un vantaggio per l'azienda, che può essere messa in contatto con nuove risorse raccomandate dai dipendenti.

### EMPLOYER VALUE PROPOSITION

L'EVP rappresenta l'**insieme dei benefici, valori e promesse che vengono offerti da Biofarma ai propri dipendenti** in cambio delle loro competenze, impegno e performance, in ottica di completa trasparenza. È un documento che esprime tutte le iniziative che Biofarma s'impegna a garantire ai dipendenti e alle future risorse che verranno inserite.

### CAREER & DEVELOPMENT CENTER

È un **progetto finalizzato a disegnare piani di carriera**, allineando ambizioni personali e necessità aziendali. Vengono utilizzate delle metodologie di assessment, career orientation, training e coaching.

### ATTRACTION/RETENTION PLAN

È un **progetto finalizzato ad attrarre e trattenere profili junior**, estremamente importanti per il benessere a lungo termine dell'azienda, attraverso un mix di leve di carattere progettuale, economico e di sviluppo di competenze e professionale.



## TOP EMPLOYER

La certificazione Top Employer è un **riconoscimento prestigioso** che viene conferito alle aziende che dimostrano **eccellenza nelle pratiche di gestione delle risorse umane**, creando ambienti di lavoro favorevoli allo sviluppo professionale e personale dei dipendenti.

Questo processo di certificazione valuta diversi aspetti della gestione HR, tra cui la strategia dei talenti, la pianificazione della forza lavoro, l'integrazione dei nuovi assunti, la formazione e sviluppo, la gestione delle performance, lo sviluppo della leadership, le carriere e successioni, e la cultura aziendale. Durante il 2023 è stato avviato il processo di analisi che ha portato Biofarma ad ottenere la certificazione per l'anno successivo.

# Il benessere delle persone

GRI 403-9   NUMERO DI INFORTUNI CHE HANNO COINVOLTO LAVORATORI DIPENDENTI E NON	U.M.	2021	2022	2023
<b>Numero totale di infortuni registrabili</b>	n	15	21	12
Di cui occorsi ai dipendenti	n	8	13	7
Di cui a contrattisti	n	7	8	5
<b>Numero di infortuni con gravi conseguenze</b>	n	1	2	0
Di cui occorsi ai dipendenti	n	1	1	0
Di cui a contrattisti	n	0	1	0

GRI 403-9   ORE LAVORATE (ORE ORDINARIE + ORE STRAORDINARIE + ORE IN BANCA ORE)	U.M.	2021	2022	2023
<b>Numero totale di ore lavorate</b>	n	1.091.587	1.217.443	1.719.007
Dipendenti	n	733.251	829.138	1.349.859
Contrattisti	n	358.336	388.305	369.148

GRI 403-9   TASSO DI INFORTUNI SUL LAVORO	U.M.	2021	2022	2023
<b>Tasso di infortuni sul lavoro registrabili</b>	n	13,74	17,25	6,98
Di cui occorsi ai dipendenti	n	10,91	15,68	5,19
Di cui a contrattisti	n	19,53	20,60	13,54
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze</b>	n	0,92	1,64	0
Di cui occorsi ai dipendenti	n	0,92	0,82	0
Di cui a contrattisti	n	0	0,82	0

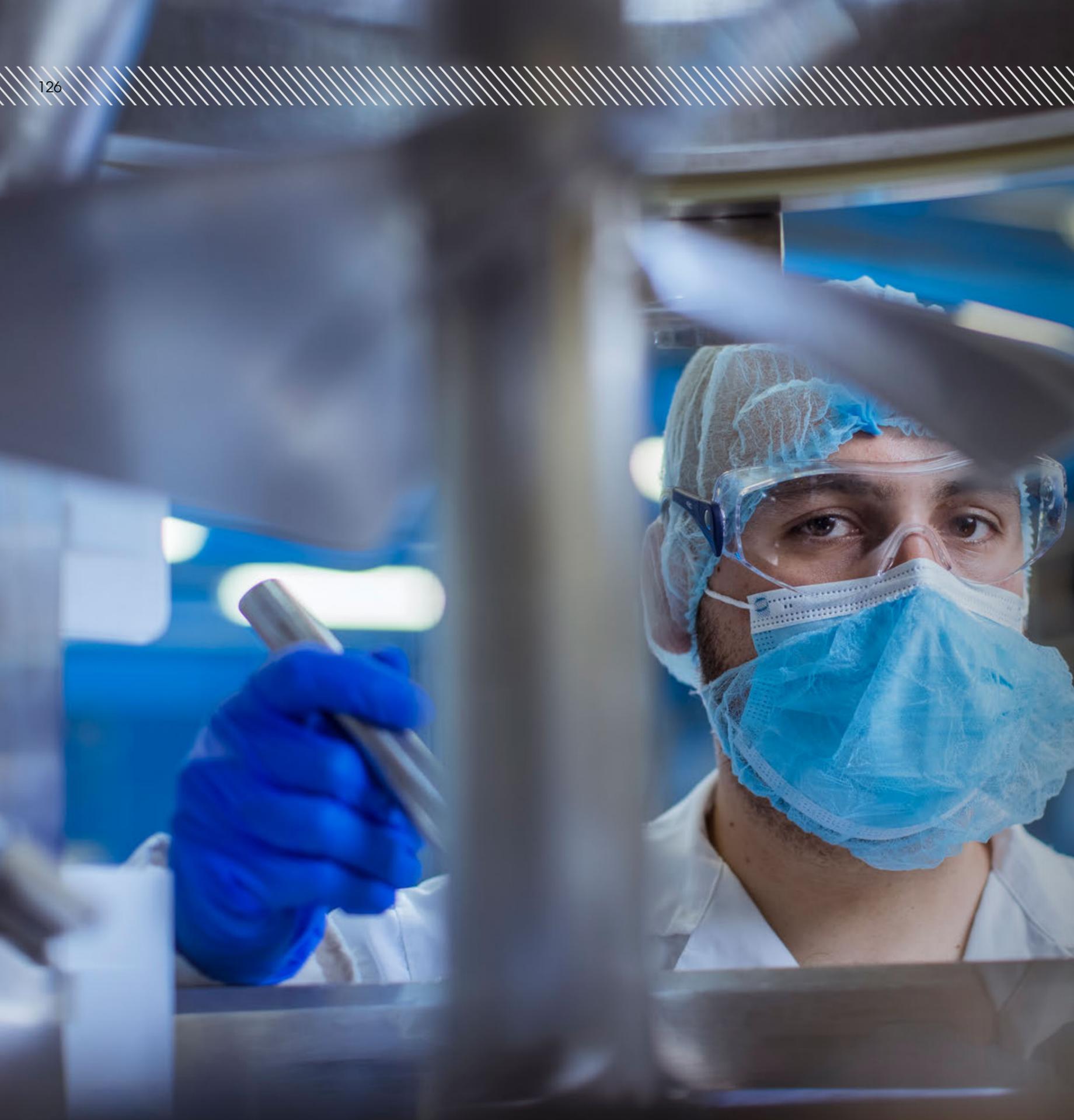
**Il benessere delle persone è una priorità fondamentale** per Biofarma, che si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare per tutti i suoi dipendenti e collaboratori.

**Monitorare e migliorare costantemente la salute e la sicurezza sul lavoro** non solo favorisce la qualità della vita dei lavoratori, ma contribuisce anche a **migliorare la produttività e la soddisfazione generale** all'interno dell'azienda.

Il numero totale di infortuni registrabili è diminuito da 15 nel 2021 a **12 nel 2023**, con un picco di 21 nel 2022. Gli infortuni occorsi ai dipendenti sono passati da 8 nel 2021 a 7 nel 2023, mentre quelli dei contrattisti sono diminuiti da 7 a 5 nello stesso periodo. **Questa tendenza positiva indica un miglioramento nelle misure di sicurezza** adottate dall'azienda.

Per quanto riguarda **gli infortuni con gravi conseguenze, sono stati ridotti a zero nel 2023**, rispetto a uno nel 2021 e due nel 2022, riflettendo l'efficacia delle strategie di prevenzione e gestione dei rischi implementate da Biofarma.

I dati mostrano chiaramente che **Biofarma ha compiuto significativi progressi** nella riduzione degli infortuni sul lavoro e nel miglioramento delle condizioni di sicurezza per i propri dipendenti e contrattisti, conseguenza delle numerose iniziative implementate.



## LA CENTRALITÀ DEL BENESSERE DELLE PERSONE

Il fulcro della strategia HR è proprio il benessere dei dipendenti, che rappresentano il vero e proprio capitale dell'azienda. A tal fine **sono stati implementati diversi strumenti e programmi in supporto al personale, nonché al team HR**, funzionali al successo degli obiettivi a carattere sociale di Biofarma. Queste iniziative dimostrano l'impegno di Biofarma nel creare un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e orientato al benessere complessivo dei propri dipendenti.

### HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

Biofarma ha sviluppato **un sistema proprietario che centralizza e ottimizza il costo del lavoro, il budgeting e la gestione delle risorse su più paesi**. Questo sistema include anche funzioni per il management delle performance e delle retribuzioni, lo sviluppo dei talenti e delle carriere, l'analisi delle competenze e la formazione. Inoltre, una piattaforma di e-learning disponibile in 16 lingue supporta la formazione continua dei dipendenti.

### WELL-BEING

È stato creato un **progetto di benessere performativo**, in linea con l'identità del marchio e il core business di Biofarma, che attraverso un attento processo di ascolto si concentra sul benessere totale delle persone, garantendo un ambiente di lavoro sano e supportivo.

### ENGAGEMENT SURVEY

Biofarma ha introdotto una **piattaforma per analizzare il clima aziendale e l'engagement dei dipendenti**. Utilizzando **Beaconforce**, uno strumento che si avvale della psicologia positiva, delle scienze comportamentali e delle neuroscienze, l'azienda può raccogliere e analizzare le opinioni dei dipendenti, trasformandole in insight utili e previsioni per creare un ambiente di lavoro più coinvolgente e sostenibile.

## Il contributo alla comunità

Biofarma è profondamente impegnata nel supportare e arricchire le comunità locali in cui opera.

L'azienda partecipa a varie iniziative volte a promuovere il benessere sociale, economico e ambientale.

Questo include collaborazioni con scuole e università locali, fornendo risorse educative e borse di studio, oltre a sostenere iniziative sanitarie locali, consolidando il rapporto con la comunità, garantendo una crescita e una prosperità reciproche.

### 24X1 ORA DI FONDAZIONE TELETHON

Attraverso l'iniziativa di Team Building organizzata da Fondazione Telethon, Biofarma ha donato a favore della ricerca contro le malattie rare, coinvolgendo 72 elementi del proprio team.



## PROGETTO MADAGASCAR

I principi di eticità e responsabilità sociale sono parte integrante dello spirito che anima l'attività di Biofarma Group. È con questo spirito che il Gruppo sostiene dal 2016 il **Progetto Madagascar**, nato con l'intento di fornire i farmaci e l'assistenza sanitaria necessari a garantire la cura e la sopravvivenza dei bambini e delle famiglie del luogo. Negli anni il progetto si è strutturato attraverso il sostegno di due realtà locali: **l'associazione Fanday Soa e l'ospedale Vezo di Andavadoaka**.

Fanday Soa, nome malgascio che significa letteralmente "le cose belle che portiamo con noi per darle agli altri", è l'associazione che sviluppa progetti sanitari con la precisa volontà di offrire aiuto concreto e duraturo alla popolazione dei villaggi isolati nella parte sud-ovest del Madagascar. A settembre 2022, l'equipe guidata dal Dott. Michele Sari e Joelson Jean Baptiste ha avviato la sua missione operativa presso il Centro di Sanità Pubblica nel villaggio di Anakao. Il sostegno economico del Gruppo Biofarma ha consentito lo sviluppo del progetto e, in particolare, il lancio di un programma di formazione sanitaria rivolta agli operatori locali. Il sostegno all'ospedale Vezo ha visto invece un forte impegno di Biofarma Group soprattutto nel **sopperire alla mancanza di principi attivi indispensabili per la cura dei pazienti**.

Inoltre dal 2023 il gruppo sostiene le popolazioni locali attraverso l'iniziativa **Biofarma for a smile**. Si tratta di un progetto di volontariato aziendale che consente il coinvolgimento attivo dei collaboratori in attività di supporto all'ospedale Vezo (prevalentemente nella realizzazione di preparati galenici) e a sostegno del progetto di educazione all'igiene orale promosso dall'associazione Fanday Soa.

## CAPITOLO 6

# Gestione ambientale: impegno e responsabilità

---

195.442 GJ  
CONSUMO  
ENERGETICO

---

---

4.293,03 ton  
RIFIUTI  
PRODOTTI

---

---

12.370 tCO<sub>2</sub>eq  
EMISSIONI  
LOCATION BASED

---

---

79.212 mc  
PRELIEVI  
IDRICI

---

---

4.057,53 ton  
RIFIUTI NON  
PERICOLOSI

---

---

55,65 INTENSITÀ  
EMISSIVA

---



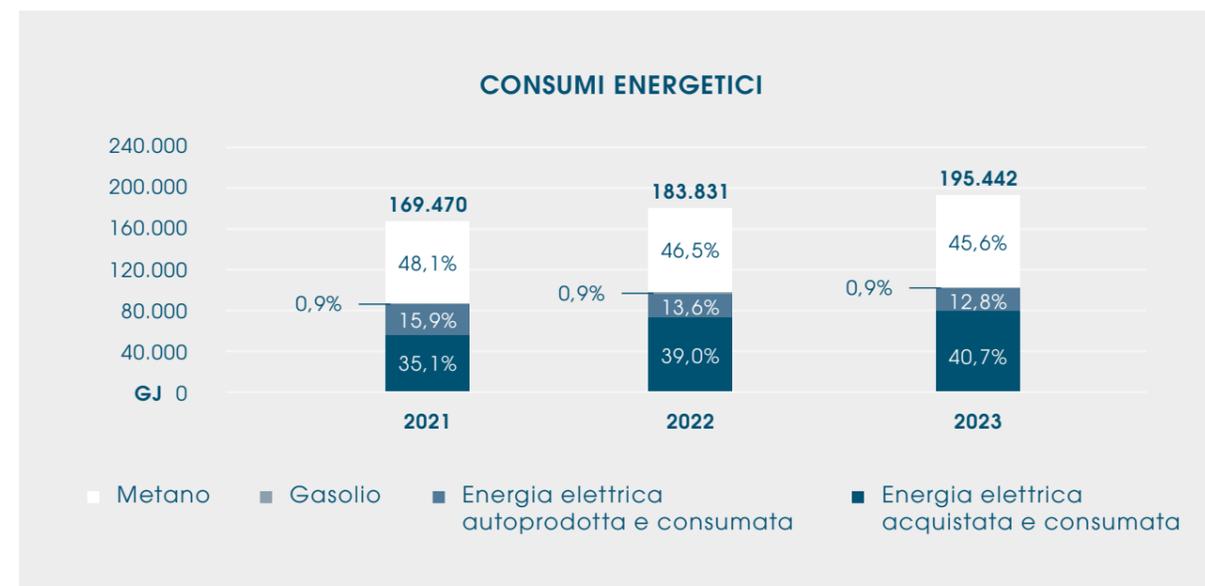


# I consumi energetici

**La gestione del patrimonio ambientale** è per Biofarma un valore imprescindibile, sul quale si fonda l'intera strategia aziendale, e per questo motivo, viene adottato un approccio olistico, che permette di avere una visione di insieme sull'impatto ambientale dell'azienda, e di intervenire sulle aree più importanti.

La Gestione della risorsa energetica è cruciale per la preservazione del business e in particolare per il raggiungimento degli obiettivi di Sostenibilità. Le iniziative in atto e le programmate (vedi "Il Piano Strategico di sostenibilità") hanno permesso a Biofarma di rendicontare una gestione virtuosa delle risorse, in linea con quanto rappresentato lo scorso anno.

L'azienda si impegna a **minimizzare l'impatto ambientale delle proprie attività** attraverso strategie di sostenibilità, innovazione tecnologica e gestione responsabile delle risorse. In linea con il Piano di Sostenibilità 2030, l'azienda ha adottato specifici obiettivi per il consumo energetico: **Biofarma si impegna nell'investire in tecnologie e infrastrutture che riducano l'uso di combustibili fossili**, come l'installazione di impianti fotovoltaici, eolici o a bioenergia.



GRI 302-1   ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE		U.M.	2023	2023	2023
Energia elettrica	<b>Totale energia elettrica acquistata e consumata</b>	GJ	59.452	71.718	79.534
	<i>di cui acquistata da fonti rinnovabili certificate con Garanzia d'Origine</i>	GJ	-	-	-
	<b>Totale di energia elettrica autoprodotta e consumata</b>	GJ	27.028	24.936	25.061
	<i>di cui autoprodotta da fonti rinnovabili (impianti fotovoltaici)</i>	GJ	3.810	3.214	2.832
<b>Metano</b>	Gas naturale per processo produttivo	GJ	81.514	85.566	89.175
<b>Gasolio</b>	Gasolio per riscaldamento	GJ	1.476	1.611	1.672
<b>Consumi energetici totali</b>		GJ	169.470	183.831	195.442
<b>Parco auto Aziendale</b>	Gasolio	GJ	1.772	4.263	3.118
	Benzina	GJ	4	346	0

NOTA: Dai dati del 2021 sono esclusi i consumi energetici della sede di Lissone. L'informativa relativa a questo documento ha intercettato i valori relativi al cogeneratore, migliorando la rendicontazione anche degli anni precedenti.

GRI 302-3   INTENSITÀ ENERGETICA DEI CONSUMI INTERNI	U.M	2021	2022	2023
Totale consumi energetici	GJ	169.470	183.831	195.442
Fatturato	MLN€	232,7	241,3	277,7
	MJ/MLN€ fatturato	0,73	0,76	0,70

## I PASSI PER UNA GESTIONE ANCOR PIÙ EFFICIENTE

Biofarma ha intrapreso e sta programmando una serie di **iniziative volte a migliorare l'efficienza operativa** e a garantire il rispetto degli standard ambientali e di qualità più elevati. Nel corso dell'anno, sono stati compiuti **significativi progressi** in diverse aree chiave.

È in fase di valutazione l'utilizzo del **Coefficient of Performance (COP)** per ottimizzare il consumo energetico dei propri processi, così come l'utilizzo di **termocamere**, per individuare e risolvere eventuali perdite di calore. Discorso analogo è previsto in termini di indagine sulle trappole di vapore.

Un sistema di controlli periodici è stato implementato per i tubi e le guarnizioni di collegamento, prevenendo perdite e garantendo la sicurezza operativa. **Obiettivo di Biofarma è quello di mantenere un ambiente di produzione stabile e sicuro gestendo i limiti di pressione previsti per l'operatività giornaliera.**

Al fine di incrementare l'energia autoprodotta **verrà ampliata la potenza installata**, in particolare nel sito di Mereto di Tomba (vedi "Headquarter - Mereto di Tomba") aumentando la potenza installata **di 500 kWh sui tetti del magazzino e dei laboratori**, un passo significativo verso la sostenibilità energetica. In linea con ciò sono gestiti in maniera efficiente i picchi di tensione con un aggiornamento costante del sistema di misurazione.

Infine, l'azienda ha programmato la sostituzione delle torri di raffreddamento attuali, avvinando già il progetto che ha portato e porterà ad un efficientamento energetico ed emissivo, oltre che un miglioramento della gestione della qualità dell'acqua, riducendo i rischi di incrostazioni, corrosione e crescita microbica, che possono danneggiare i sistemi e ridurre l'efficienza.

Il gruppo si è posto inoltre l'obiettivo di implementare misure per **ridurre il consumo energetico** negli stabilimenti di produzione e nelle sedi aziendali attraverso l'adozione di tecnologie efficienti, il monitoraggio dei consumi e programmi di sensibilizzazione dei dipendenti.

Il dato per il monitoraggio di questo target è l'elettricità consumata o l'intensità (GJ/k.€), con target di diminuzione a 0,27.

Per raggiungere tali obiettivi, Biofarma ha intrapreso e sta intraprendendo **diverse iniziative**, come **l'incremento dell'efficienza nei processi di produzione, nuovi strumenti per il miglioramento del monitoraggio delle temperature nei dipartimenti e nei siti produttivi, miglioramento dei sistemi di monitoraggio**, che ha portato quest'anno all'integrazione dei consumi energetici e delle emissioni derivanti dal cogeneratore nella sede di Mereto di Tomba, nonché **l'impegno nel voler rendicontare la data collection anche ai siti produttivi attualmente fuori perimetro (USA e Cina).**

# Emissioni

Il calcolo delle emissioni rappresenta una componente essenziale del bilancio di sostenibilità di Biofarma, in quanto permette all'azienda di **quantificare l'impatto ambientale** delle proprie attività e di identificare le aree in cui è possibile migliorare l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di gas serra.

Biofarma adotta un **approccio sistematico e rigoroso** per la misurazione delle emissioni, che include l'analisi dettagliata delle fonti di emissione dirette e indirette all'interno delle proprie operazioni.

Per garantire un calcolo accurato e trasparente delle emissioni, vengono utilizzate **metodologie standardizzate riconosciute a livello internazionale**, come il Protocollo GHG (Greenhouse Gas Protocol), che fornisce linee guida dettagliate per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas serra.

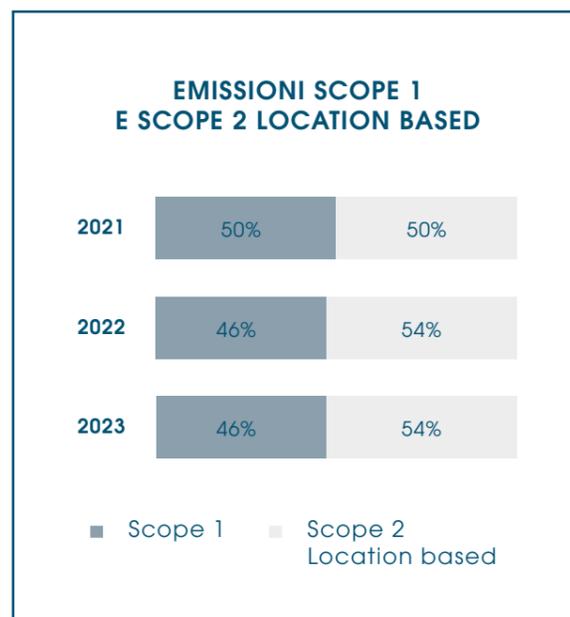
Questo approccio metodico consente all'azienda di monitorare con precisione l'andamento delle emissioni nel tempo, di stabilire obiettivi di riduzione ambiziosi ma realistici e di implementare strategie efficaci per migliorare continuamente le proprie prestazioni ambientali.



GRI 305   EMISSIONI	U.M.	2021	2022	2023
<b>GRI 305-1 Emissioni dirette Scope 1</b>				
Metano	tCO <sub>2</sub> eq	4.670	4.889	5.152
Gasolio	tCO <sub>2</sub> eq	232	420	335
Benzina	tCO <sub>2</sub> eq	0,3	25	0
F-Gas	tCO <sub>2</sub> eq	46	106	197
<b>Totale Scope 1</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>4.948,3</b>	<b>5.440</b>	<b>5.684</b>
<b>GRI 305-2 Emissioni indirette Scope 2</b>				
Da energia elettrica acquistata - location based	tCO <sub>2</sub> eq	4.857	6.263	6.686
Da energia elettrica acquistata - market based	tCO <sub>2</sub> eq	7.218	9.107	9.769
<b>Totale Scope 1 + Scope 2 Location based</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>9.805,3</b>	<b>11.703</b>	<b>12.370</b>
<b>Totale Scope 1 + Scope 2 Market based</b>	<b>tCO<sub>2</sub>eq</b>	<b>12.120,3</b>	<b>14.547</b>	<b>15.453</b>
<b>GRI 305-4 Intensità emissiva</b>				
Fatturato	MLN€	232,7	241,3	277,7
<b>KPI market based</b>	<b>gCO<sub>2</sub>eq/€</b>	<b>42,14</b>	<b>48,50</b>	<b>44,54</b>
<b>KPI location based</b>	<b>gCO<sub>2</sub>eq/€</b>	<b>52,09</b>	<b>60,29</b>	<b>55,65</b>

NOTA: Dai dati del 2021 sono escluse le emissioni per la sede di Lissone.

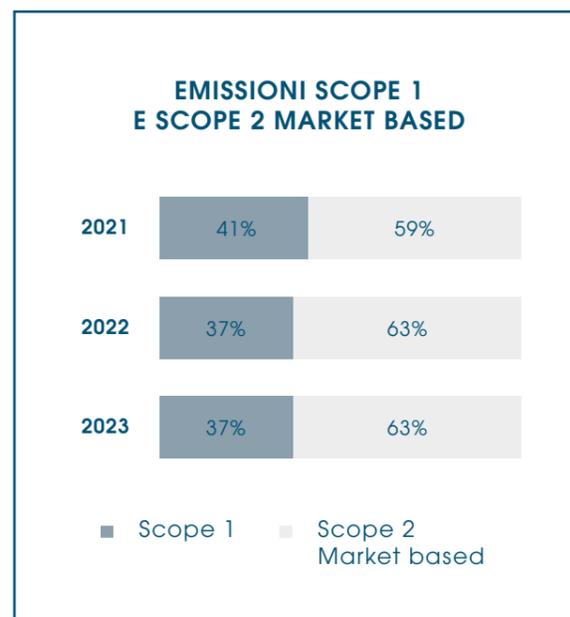




**Le emissioni dirette**, note anche come **Scope 1**, comprendono tutte le emissioni derivanti dalle fonti di proprietà o controllate direttamente da Biofarma, come l'uso di combustibili fossili nei processi produttivi e nei mezzi di trasporto aziendali. Nel caso di Biofarma vengono considerate **Metano, gasolio, benzina ed FGAS**.

L'analisi delle emissioni dirette (Scope 1) di Biofarma dal 2021 al 2023 rivela un incremento complessivo delle emissioni di CO<sub>2</sub>. In particolare, **le emissioni causate dall'utilizzo di metano** sono salite, e si è osservato un significativo aumento anche per **le emissioni di F-Gas**, che sono cresciute da 46 tCO<sub>2</sub> eq nel 2021 a **197 tCO<sub>2</sub> eq nel 2023**. **Le emissioni di gasolio** hanno seguito un andamento fluttuante, raggiungendo un picco di 420 tCO<sub>2</sub> eq nel 2022 e poi **scendendo a 335 tCO<sub>2</sub> eq nel 2023**. Le emissioni derivanti dall'uso della benzina sono state invece minime.

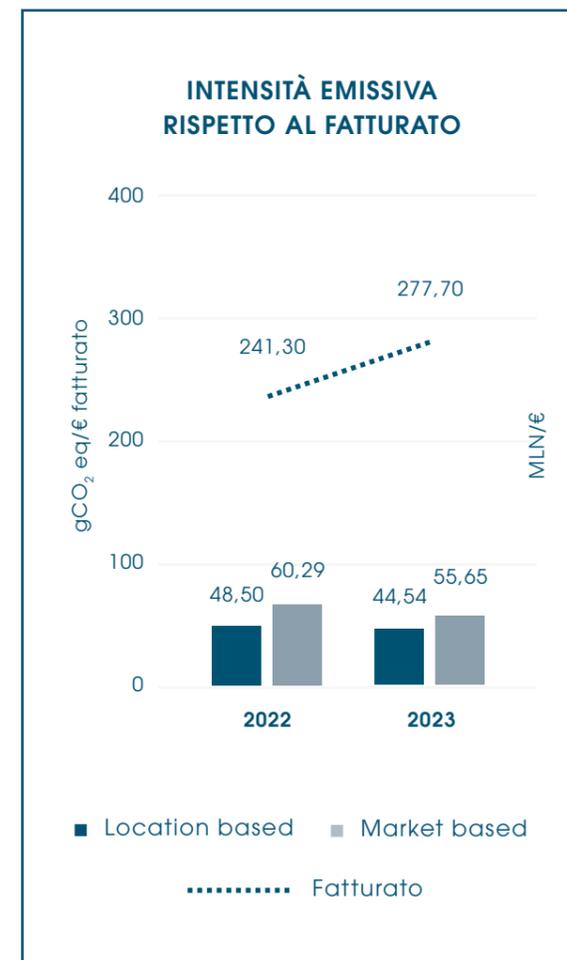
Questi dati mostrano **una crescita complessiva delle emissioni**, che sono



aumentate da 4.948,3 tCO<sub>2</sub> eq nel 2021 a **5.684 tCO<sub>2</sub> eq nel 2023**. **Le emissioni indirette**, classificate come **Scope 2**, includono invece le emissioni associate all'energia acquistata e consumata dall'azienda, come l'elettricità e il riscaldamento. I dati mostrano un trend in crescita delle emissioni sia per il metodo "location based" che per il metodo "market based".

Dal 2021 al 2023, **le emissioni "location based" sono aumentate** da 4.857 tCO<sub>2</sub> eq a **6.686 tCO<sub>2</sub> eq**, mentre **quelle "market based" sono salite** da 7.218 tCO<sub>2</sub> eq a **9.769 tCO<sub>2</sub> eq**, riflettendo un incremento dell'uso di energia elettrica acquistata.

Il discostamento dei dati di questo bilancio rispetto a quelli del report precedente derivano sia dall'allargamento del perimetro di bilancio, includendo le sedi francesi di Nutraskills nei calcoli del 2024, sia da un aggiornamento nei fattori di emissione.



**L'intensità emissiva** rappresenta il rapporto tra le emissioni di CO<sub>2</sub> e il fatturato dell'azienda. Si osserva **un aumento del fatturato** da 241,30 milioni di euro nel 2022 a **277,70 milioni di euro nel 2023**, indicando una chiara crescita aziendale.

A fronte di questo aumento del fatturato, l'intensità emissiva "location based" e "market based" è diminuita, dimostrando l'efficacia delle strategie adottate da Biofarma per migliorare l'efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale nonostante l'espansione delle attività aziendali.

## LA MISURAZIONE DELLE EMISSIONI INDIRETTE IN ITALIA

A marzo del 2023 Biofarma ha deciso di intraprendere l'importante percorso verso la **neutralità carbonica**, che si articola in primis in una **valutazione strutturata del proprio impatto climatico**, comprendendo il monitoraggio e l'analisi di dati ambientali, e poi nello **sviluppo di strategie** dedicate per la riduzione delle proprie emissioni.

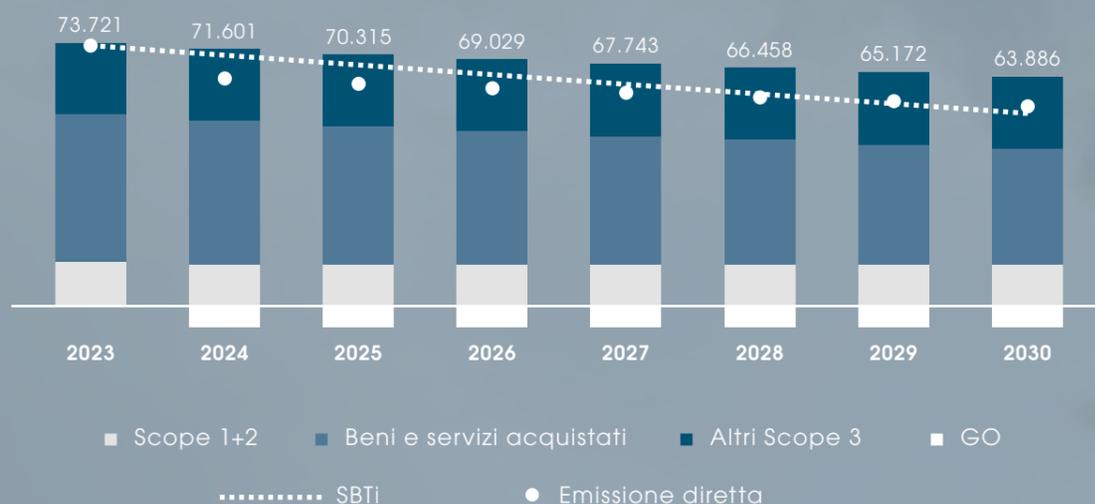
*In coerenza con quanto definito, i dati rappresentati fanno riferimento al perimetro italiano e a un base year 2022. Nel 2023 è stato portato avanti l'aggiornamento di tale progetto per costruire una strategia integrata e aggiornare le informazioni raccolte.*

### OBIETTIVI DI RIDUZIONE SCOPE 1 E 2

L'analisi delle emissioni scope 1 e 2 ha fatto emergere la possibilità di strutturare un robusto **Piano di Decarbonizzazione**, allineato con i target ambiziosi da Science Based Target Initiative (SBTi):

- **SCOPE 1 + 2:** riduzione del 42%
- **SCOPE 3:** riduzione del 25%
- **SCOPE 1+2+3:** riduzione complessiva del 28% (considerando la contribuzione in percentuale di ogni categoria).

### PROIEZIONI DELL'IMPRONTA CARBONICA DI BIOFARMA (TON CO<sub>2</sub>EQ)



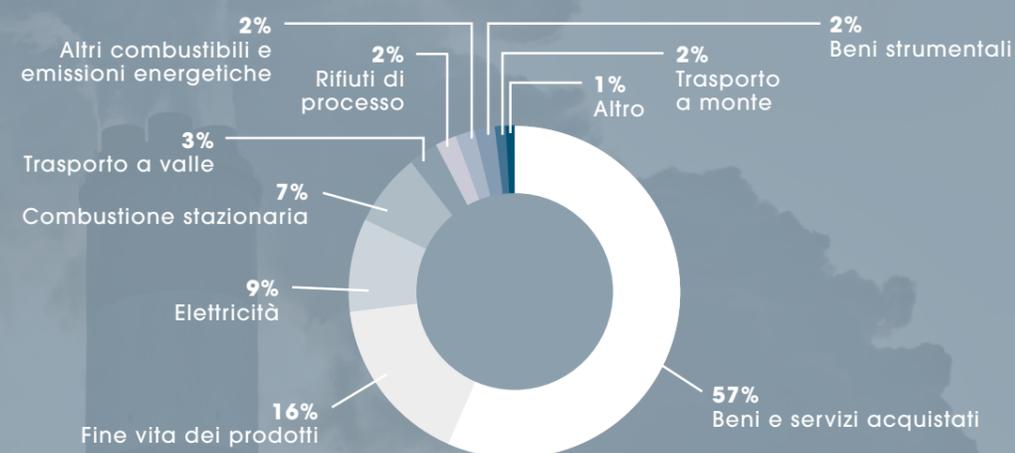
### CALCOLO E RIDUZIONE DELLE EMISSIONI SCOPE 3

A fine di ridurre le proprie emissioni, **Biofarma ha iniziato un percorso di rendicontazione delle emissioni scope 3.**

L'analisi delle principali contribuzioni alle emissioni di Biofarma, relativa allo Scope 3, evidenzia che **la maggior parte delle emissioni proviene dai beni e servizi acquistati**, che rappresentano il **57% del totale**. Questo dato sottolinea l'impegno di Biofarma a voler collaborare in futuro con fornitori che adottano pratiche sostenibili per ridurre significativamente l'impatto ambientale complessivo; il **fine vita dei prodotti** contribuisce per il 16%, mentre **l'elettricità e la combustione stazionaria**, con rispettivamente il 9% e il 7%, sono altre fonti significative di emissioni, suggerendo ulteriori opportunità per migliorare l'efficienza energetica e adottare fonti di energia rinnovabile. Le emissioni derivanti dal trasporto a valle e a monte, insieme ai rifiuti di processo, ai beni strumentali e ad altri combustibili ed emissioni energetiche,

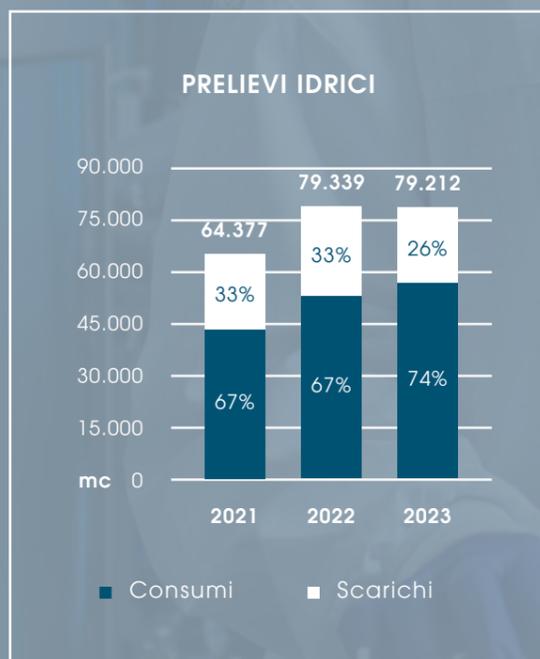
rappresentano una parte minore delle emissioni totali. Per andare poi a diminuire quelle che vengono definite emissioni residue, ossia provenienti dai settori cosiddetti hard-to-abate, quelli per cui le soluzioni per ridurre i gas serra sono meno economicamente convenienti o meno efficaci, verranno utilizzate strategie di off-setting, ad esempio tramite progetti di riforestazione o l'acquisto di crediti di carbonio. **È stato fissato l'obiettivo di riduzione delle emissioni di categoria scope 3 al 25%**, prevedendo un aggiornamento del dato sulla base dell'ampliamento del perimetro.

L'obiettivo del Gruppo è quello di **allinearsi alle indicazioni internazionali e coinvolgere tutte le Business Unit** per gestire le proprie emissioni secondo le indicazioni del Carbon Disclosure Project. L'attività iniziata durante il 2024 ha previsto una iscrizione all'interno del Framework e un progressivo completamento delle richieste del portale.



# Il consumo idrico

La gestione sostenibile delle risorse idriche è fondamentale per Biofarma, che si impegna a monitorare e ridurre il consumo di acqua nelle proprie operazioni. L'acqua è una risorsa preziosa e limitata, e il suo uso efficiente è essenziale per **garantire la sostenibilità ambientale**.



I dati mostrano un aumento dei prelievi idrici dal 2021 al 2022, seguito da una leggera **diminuzione nel 2023**, riflettendo l'attenzione di Biofarma nel monitorare e gestire l'uso delle risorse idriche, mantenendo una stabilità nel consumo nonostante le variazioni operative e la crescita aziendale.

Gli scarichi idrici invece sono aumentati dal 2021 al 2022, ma **si sono notevolmente ridotti nel 2023**, suggerendo un miglioramento nell'efficienza dell'uso dell'acqua e nelle pratiche di riciclo e riutilizzo all'interno dell'azienda.

GRI 303-3   PRELIEVO IDRICO DA ACQUEDOTTO	U.M.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>64.377</b>	<b>79.339</b>	<b>79.212</b>
di cui acqua dolce ( $\leq 1000$ mg/l di solidi disciolti totali)	mc	64.377	79.339	79.212
di cui altre tipologie di acqua ( $> 1.000$ mg/l di solidi disciolti totali)	mc	-	-	-

GRI 303-4   SCARICO IDRICO IN RETI FOGNARIE	U.M.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>21.000</b>	<b>26.000</b>	<b>20.812</b>
di cui acqua dolce ( $\leq 1000$ mg/l di solidi disciolti totali)	mc	21.000	26.000	20.812
di cui altre tipologie di acqua ( $> 1.000$ mg/l di solidi disciolti totali)	mc	-	-	-

GRI 303-5   CONSUMI IDRICI	U.M.	2021	2022	2023
<b>Totale</b>	<b>mc</b>	<b>43.377</b>	<b>53.339</b>	<b>58.400</b>

NOTA: Dai dati del 2021 sono esclusi i prelievi e gli scarichi idrici di Nutraskills e della sede di Lissone.

INTENSITÀ IDRICA	U.M.	2021	2022	2023
Fatturato	M€	232,7	241,3	277,7
Prelievo totale	mc	64.377	79.339	79.212
<b>Intensità</b>	<b>Mc/ k€</b>	<b>0,276</b>	<b>0,328</b>	<b>0,285</b>

## I rifiuti

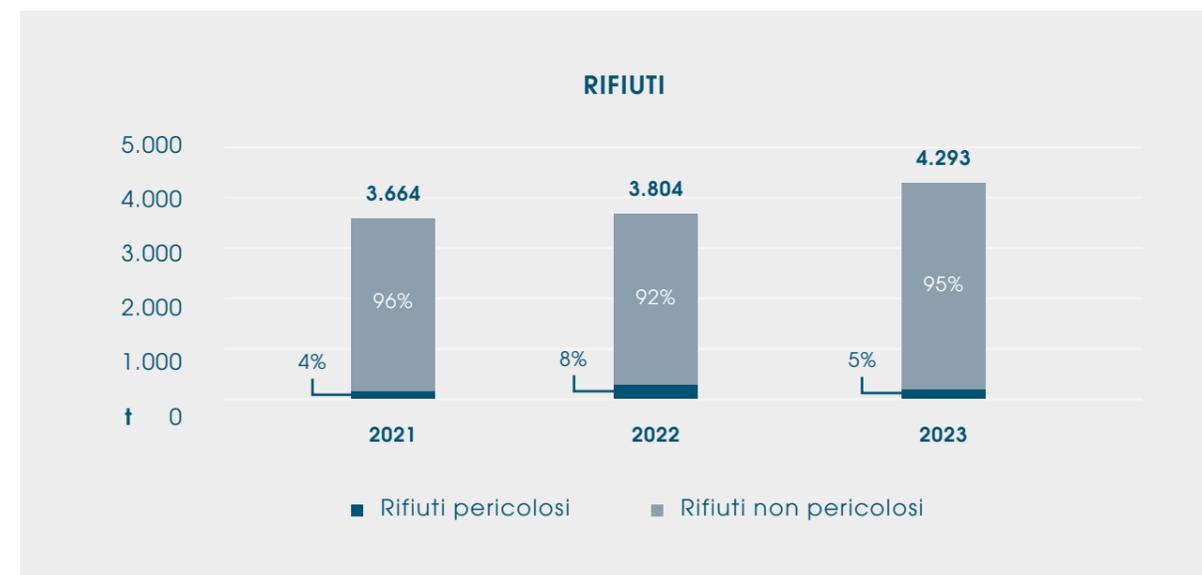
**La gestione sostenibile dei rifiuti è un elemento fondamentale per Biofarma, che si impegna a ridurre l'impatto ambientale delle proprie operazioni.**

**L'obiettivo principale è minimizzare la produzione di rifiuti, promuovere il riciclo e il recupero dei materiali, contribuendo alla conservazione dell'ambiente e dimostrando anche un forte impegno verso la sostenibilità e la responsabilità sociale.**

**L'azienda punta a ridurre l'intensità dei rifiuti prodotti** attraverso l'ottimizzazione dei processi produttivi, la riduzione degli imballaggi e la formazione dei dipendenti, formando una cultura aziendale fortemente radicata ai temi della sostenibilità: **si vuole arrivare alle 11,3 tonnellate per milione di euro** entro il 2030.

Internamente **viene promosso il riciclo** interno ed esterno dei materiali utilizzati nei processi produttivi, lavorando con fornitori e partner per garantire la corretta gestione dei materiali, portando grandi risultati, come risulta dall'**aumento notevole della quantità dei rifiuti non pericolosi destinati a riciclo (+4024%)**.

L'obiettivo è **aumentare l'intensità dei rifiuti avviati al riutilizzo o al riciclo a 0,7 kg per euro** entro il 2030 e per far ciò, l'azienda sta investendo anche **nella**



**ricerca e nello sviluppo di materiali biodegradabili e compostabili** per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti e dei loro imballaggi. È stato implementato **un sistema di monitoraggio e tracciabilità per ogni tipo di rifiuto prodotto**, che offre una visione completa della catena di approvvigionamento.

Il **progetto LCA (Life Cycle Assessment)** verrà sviluppato per identificare le famiglie di prodotti su cui focalizzare le attività di efficienza, mentre la riduzione complessiva dell'uso dei materiali di imballaggio eviterà sprechi e sovra-imballaggi. Promuovendo il riutilizzo di materiali riciclati al posto di quelli vergini,

si riesce ad estendere il più possibile la vita degli articoli già prodotti: lo sviluppo di soluzioni di eco-design facilita il disassemblaggio o lo smaltimento in un singolo flusso di rifiuti specifico, il monitoraggio delle aree di attività del gruppo per i rischi ambientali e la conservazione della biodiversità aiuta a gestire in modo ottimale i flussi di rifiuti.

**Il gruppo sta sviluppando imballaggi sostenibili**, utilizzando mono-materiali, prodotti in RPET e altri progetti focalizzati sulla sostituzione dei materiali petrolchimici con soluzioni eco-compatibili.

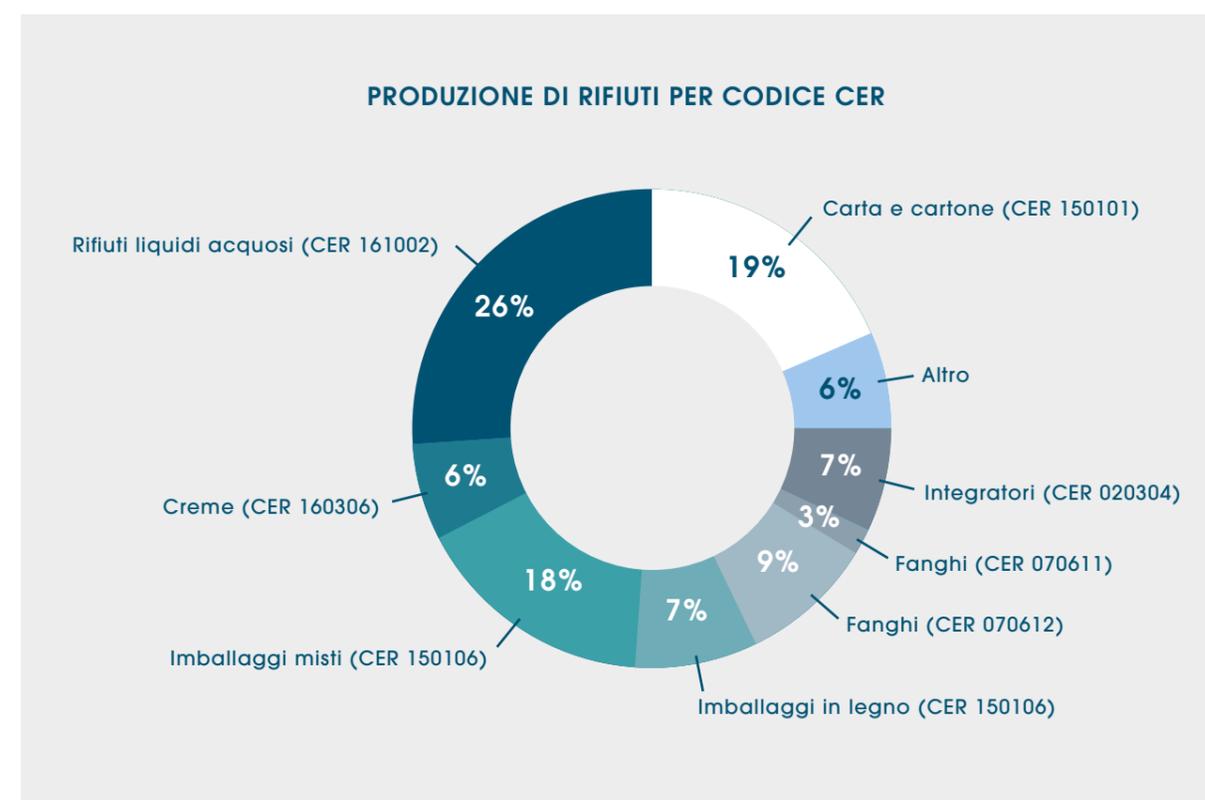
GRI 306-3   WASTE GENERATED BY TYPE	U.M.	2021	2022	2023
Rifiuti pericolosi	t	143,42	291,55	235,5
Rifiuti non pericolosi	t	3.521,07	4.459,74	4.057,53
<b>Totale</b>	<b>t</b>	<b>3.664,5</b>	<b>4.751,3</b>	<b>4.293,03</b>

GRI 306-4   RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	U.M.	2021	2022	2023
<b>Rifiuti pericolosi</b>				
Preparazione per il riutilizzo	t	139,33	288,14	229,79
Riciclo	t	-	-	-
Altre operazioni di recupero	t	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>t</b>	<b>139,33</b>	<b>288,14</b>	<b>229,79</b>
<b>Rifiuti non pericolosi</b>				
Preparazione per il riutilizzo	t	2.171,11	2.311,54	1.308,65
Riciclo	t	15,98	-	658,67
Altre operazioni di recupero	t	-	-	543,58
<b>Totale</b>	<b>t</b>	<b>2.187,09</b>	<b>2.311,54</b>	<b>2.510,9</b>

GRI 306-5   RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	U.M.	2021	2022	2023
<b>Rifiuti pericolosi</b>				
Preparazione per lo smaltimento	t	1,90	1,17	3,99
Incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
Incenerimento senza recupero di energia	t	2,18	2,24	1,72
Conferimento in discarica	t	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento	t	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>t</b>	<b>4,09</b>	<b>3,41</b>	<b>5,71</b>
<b>Rifiuti non pericolosi</b>				
Preparazione per lo smaltimento	t	981,68	1.026,96	1.137,35
Incenerimento con recupero di energia	t	-	-	-
Incenerimento senza recupero di energia	t	-	-	-
Conferimento in discarica	t	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento	t	352,30	1.121,24	409,28
<b>Totale</b>	<b>t</b>	<b>1.333,98</b>	<b>2.148,20</b>	<b>1.546,63</b>

NOTA: Sono esclusi dal conteggio i dati della sede di Lissone. Dai dati del 2021 sono esclusi i rifiuti di Nutraskills.

INTENSITÀ PRODUZIONE RIFIUTI	U.M.	2021	2022	2023
Fatturato	M€	232,7	241,3	277,7
Totale produzione rifiuti	t	3.664,50	4.751,30	4.293,03
Intensità produzione rifiuti	t/ M€	15,7	19,7	15,5
<b>Totale riciclato</b>	<b>t</b>	<b>15,98</b>	<b>-</b>	<b>658,67</b>
<b>Intensità riciclato</b>	<b>t/ M€</b>	<b>0,1</b>		<b>2,4</b>



L'analisi della gestione dei rifiuti di Biofarma per gli anni 2021-2023 mostra una chiara evoluzione nelle pratiche di smaltimento e recupero dei rifiuti, sia pericolosi che non pericolosi. Nel 2023 si è osservata una leggera diminuzione del

totale rispetto alle annualità precedenti, con un **miglioramento generale nelle pratiche di economia circolare**, dimostrando il proprio impegno in linea con la strategia e gli obiettivi prefissi.

# Headquarter

## Mereto di Tomba

Sin dalla costruzione dello stabilimento a **Mereto di Tomba, che rappresenta il cuore della produzione del gruppo**, si è deciso di implementare concretamente i principi di sostenibilità ambientale, fondamentali per l'attività dell'azienda.

Il polo principale riflette la responsabilità dell'intero Gruppo in quanto centrale anche in termini di produzione e quindi di relativi consumi.

Il piano di crescita di Biofarma si fonda su **innovazione, ricerca, sostenibilità ambientale e attenzione alle persone**, con un impegno costante nell'adozione di soluzioni etiche. In linea con questi principi, dal 2020 lo stabilimento di Mereto è entrato a far parte di Sedex, l'organizzazione internazionale che supporta le aziende nell'implementare e potenziare pratiche commerciali responsabili e sostenibili e nel garantire un approvvigionamento etico.

### SISTEMI DI EFFICIENZA SU TUTTA L'AREA OPERATIVA

#### Mereto di Tomba

- Sistema di depurazione per le acque e meccanismi per il controllo delle emissioni, dei consumi e dell'energia.
- Produzione di energia pari a 1 MW/h dal cogeneratore, (68% del fabbisogno energetico annuo del sito).

#### Biofarma 2

- Polo Logistico con aree logistica e spedizioni altamente informatizzate e automatizzate.
- Reparto di confezionamento di 7.600 mq su due piani, progettato secondo i principi del lean manufacturing.
- Potenza di 827 kW di fotovoltaico, (8% dell'energia annua consumata).

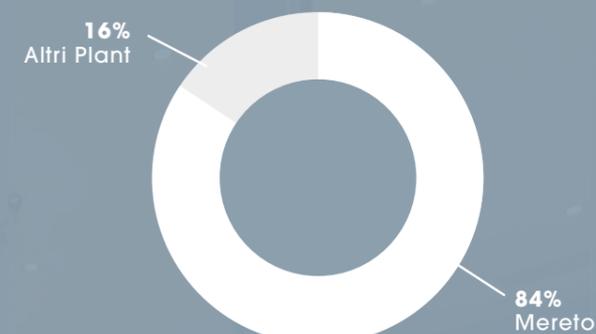
#### Uffici Biofarma1

- Edificio di 14 metri di altezza e 1.500 mq su 3 piani, che ospita uffici commerciali, acquisti e direzionali, realizzato con 420 metri cubi di legno di abete certificato PEFC.
- Spazio da 100 posti quale "Auditorium" per scuole, università, enti locali e aziende, per promuovere l'incontro e lo scambio di competenze.

### CERTIFICAZIONI E AUTORIZZAZIONI

ISO 13485 (Dispositivi medici), ISO 22716 (Cosmetici), GMP Cfr title 21, vol.2, part 111 (Integratori), GMP Pharma AIFA, KOSHER, HALAL, COSMOS, RSPO Mass Balance (Cosmetici), ISO 45001:2018 (Sicurezza), FDA Registration, SMETA (Sedex), IFS HPC-Household and Personal Care, NATRUE, Organic Food, ISO 14001:2016, FDA Cosmetic Registration.

### CONSUMI ENERGETICI

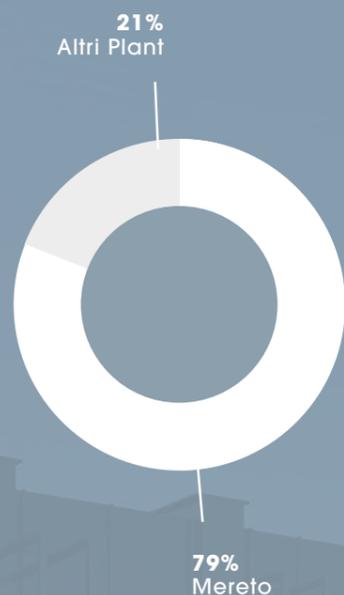


Rispetto ai dati pubblicati lo scorso anno, si evidenzia una differenza derivante da un miglioramento nella fase di raccolta dati, che ha permesso l'inclusione dei consumi energetici e delle emissioni derivanti dal cogeneratore.

**Sottolineando l'importanza strategica dello stabilimento di Mereto nella gestione delle emissioni del gruppo Biofarma**, si evince quanto il sito contribuisca sulle emissioni complessive, ed è per questo motivo che la maggior parte delle iniziative sostenibili sono

state implementate in primis in questa sede. **Al polo di Mereto sono state introdotte diverse strategie**, successivamente adottate anche a livello di gruppo, per una gestione oculata delle risorse energetiche: queste includono l'ottimizzazione delle linee produttive attraverso l'uso di macchinari ad alta efficienza e l'installazione di sensori crepuscolari negli ambienti non direttamente legati alla produzione. A supporto di queste misure, viene effettuato un monitoraggio in tempo reale del consumo energetico dei macchinari.

## CONSUMI IDRICI



Nel 2023, si è registrato un miglioramento significativo con **una riduzione dei prelievi totali e un aumento dell'efficienza nei consumi**, che hanno rappresentato il 67% del totale. Gli scarichi sono scesi al 33%, evidenziando un impegno crescente di Biofarma nella gestione sostenibile delle risorse idriche, con un focus particolare sulla riduzione degli sprechi e l'ottimizzazione dei processi di consumo.

## PRODUZIONE RIFIUTI



Nonostante l'aumento delle attività produttive, **Biofarma è riuscita a mantenere una gestione efficace dei rifiuti**, continuando a separare adeguatamente i rifiuti non pericolosi dai pericolosi, conformandosi alle normative ambientali e rappresentando un contributo significativo alla protezione dell'ambiente. Implementando pratiche di riduzione, riutilizzo e riciclo, Biofarma dimostra un chiaro impegno verso la sostenibilità a lungo termine e la responsabilità ambientale, rafforzando la sua reputazione come azienda ecologicamente consapevole e responsabile.

APPENDICE

# Indice dei contenuti GRI



# Indice dei contenuti GRI

Di seguito, si riporta l'indice analitico dei contenuti inclusi all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2023 di Biofarma Group. Il prospetto è stato redatto in conformità alle più recenti linee guida emanate dal GRI Standards.

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
2-1	Dettagli dell'organizzazione	3. L'assetto Organizzativo: la nuova struttura Nota Metodologica: Perimetro e Processo	
2-2	Entità incluse nel bilancio di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica: Perimetro e Processo	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Nota Metodologica: Perimetro e Processo	
2-4	Rideterminazione delle informazioni	Nota Metodologica: Perimetro e Processo	
2-5	Assurance esterna		Non è prevista assurance esterna
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	2.2 I mercati di riferimento	
2-7	Dipendenti	5.1 La squadra	
2-8	Lavoratori non dipendenti	5.1 La squadra	
2-9	Struttura e composizione della governance	3.1 Il modello di Corporate Governance	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	3.1 Il modello di Corporate Governance	
2-11	Presidente del più alto organo di governo	3.1 Il modello di Corporate Governance	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	3.1 Il modello di Corporate Governance	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	3.2 Etica, integrità e compliance	
2-14	Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	Nota Metodologica: Perimetro e Processo	Il CDA approva il Bilancio e i temi materiali
2-15	Conflitti d'interesse	3.2 Etica, integrità e compliance	
2-19	Politiche di remunerazione	2.4 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder	
2-20	Processo di determinazione della remunerazione	2.4 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder	
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1.3 Il Piano strategico di Sostenibilità	
2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	1.3 Il Piano strategico di Sostenibilità	
2-26	Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare preoccupazioni sulla condotta aziendale	1.1 Stakeholder Engagement	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	3.2 Etica, Integrità e Compliance	
2-28	Adesione ad associazioni	5.6 Il contributo alla comunità	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.1 Stakeholder Engagement	
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	5.1 La squadra	
<b>TEMI MATERIALI</b>			
3-1	Processo per determinare i temi materiali	1.2 La matrice di Materialità	
3-2	Lista dei temi materiali	1.2 La matrice di Materialità	
3-3	Management dei temi materiali	1.2 La matrice di Materialità	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
<b>PERFORMANCE ECONOMICA</b>			
3-3	Management del tema materiale	2.4 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder	
GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICA (2021)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	2.4 Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder	
<b>ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS</b>			
3-3	Management del tema materiale	3.2 Etica, integrità e compliance	
GRI 205 - ANTICORRUZIONE (2021)			
205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	3.2 Etica, integrità e compliance	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	3.2 Etica, integrità e compliance	
<b>RICERCA E SVILUPPO</b>			
3-3	Management del tema materiale	4.2 La Ricerca e Sviluppo come strumento di innovazione	
<b>MATERIE PRIME</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.4 I rifiuti	
<b>ENERGIA</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.1 I consumi energetici	
GRI 302 - ENERGIA (2021)			
302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	6.1 I consumi energetici	
302-3	Intensità energetica	6.1 I consumi energetici	
302-4	Riduzione del consumo di energia	6.1 I consumi energetici	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
<b>ACQUA E SCARICHI IDRICI</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.3 Il consumo idrico	
GRI 303 - ACQUA ED AFFLUENTI (2021)			
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	6.3 Il consumo idrico	
303-2	Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	6.3 Il consumo idrico	
303-3	Prelievo idrico	6.3 Il consumo idrico	
303-4	Scarico idrico	6.3 Il consumo idrico	
303-5	Consumo idrico	6.3 Il consumo idrico	
<b>TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.4 I rifiuti	
GRI 304 - BIODIVERSITÀ (2021)			
304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	6.4 I rifiuti	
<b>EMISSIONI</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.2 Emissioni	
GRI 305 - EMISSIONI (2021)			
305-1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	6.2 Emissioni	
305-2	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	6.2 Emissioni	
305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	6.2 Emissioni	
305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	6.2 Emissioni	
305-5	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	6.2 Emissioni	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
<b>RIFIUTI</b>			
3-3	Management del tema materiale	6.4 I rifiuti	
GRI 306 - RIFIUTI (2020)			
306-1	Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	6.4 I rifiuti	
306-2	Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	6.4 I rifiuti	
306-3	Rifiuti generati	6.4 I rifiuti	
306-4	Rifiuti non conferiti in discarica	6.4 I rifiuti	
306-5	Rifiuti conferiti in discarica	6.4 I rifiuti	
<b>VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI</b>			
3-3	Management del tema materiale	4.3 La catena di fornitura	
<b>POLITICHE PER LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE</b>			
3-3	Management del tema materiale	5.1 La squadra	
GRI 401 - OCCUPAZIONE (2021)			
401-1	Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	5.1 La squadra	
401-2	Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	5.1 La squadra	
<b>TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO</b>			
3-3	Management del tema materiale	5.5 Il benessere delle persone	
GRI 403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2021)			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.5 Il benessere delle persone	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	5.5 Il benessere delle persone	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
403-3	Servizi per la salute professionale	5.5 Il benessere delle persone	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	5.5 Il benessere delle persone	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	5.5 Il benessere delle persone	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	5.5 Il benessere delle persone	
403-9	Infortuni sul lavoro	5.5 Il benessere delle persone	
403-10	Malattia professionale	5.5 Il benessere delle persone	
<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE DEL PERSONALE</b>			
3-3	Management del tema materiale	5.3 La Formazione e lo sviluppo delle competenze	
GRI 404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE (2021)			
404-1	Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	5.3 La Formazione e lo sviluppo delle competenze	
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	5.3 La Formazione e lo sviluppo delle competenze	
<b>INCLUSIONE, DIVERSITÀ E NON DISCRIMINAZIONE</b>			
3-3	Management del tema materiale	5.1 La squadra	
GRI 405 - DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2021)			
405-1	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	5.1 La squadra	
<b>IMPATTI SULLA COMUNITÀ LOCALE</b>			
3-3	Management del tema materiale	5.6 Il contributo alla comunità	

GRI	SPECIFICA	PARAGRAFO	NOTE
<b>TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE DEL CLIENTE</b>			
3-3	Management del tema materiale	4.4 I nostri clienti	
GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (2021)			
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	1.2 La matrice di materialità	
<b>VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI</b>			
3-3	Management del tema materiale	4.3 La catena di fornitura	
<b>ATTENZIONE ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO</b>			
3-3	Management del tema materiale	4.1 La qualità e la sicurezza dei nostri prodotti	

REDATTO CON IL **SUPPORTO**  
**METODOLOGICO** DI

