

Relazione di impatto



AB | MAURI

2025

Sommario

Lettera agli stakeholder	4
Cap 1 AB Mauri	7
1.1 Chi siamo	7
Cap 2 Le finalità di Beneficio Comune di AB Mauri	23
2.1 Valorizzazione delle persone	26
2.2 Sviluppo delle competenze personali e professionali	36
2.3 Sviluppo e valorizzazione dei territori	44
2.4 Creazione di valore lungo tutta la filiera	52
2.5 Evoluzione del modello di business verso un’economia a zero emissioni di gas climalteranti	60
Cap 3 Lettera di chiusura	71
Cap 4 Nota metodologica	74
Cap 5 GRI Content Index	76

Lettera agli stakeholder

GRI 2-22

Cari stakeholder,

è con grande piacere che vi presentiamo la **prima Relazione di Impatto di AB Mauri Italy S.p.A. - Società Benefit**.

Nel settembre del 2024 abbiamo deciso di compiere un grande passo: diventare Società Benefit. Lo abbiamo fatto perché crediamo fermamente nella necessità di **agire secondo i principi della sostenibilità**. I nostri **valori** guidano ogni nostra azione: promuoviamo attivamente l'inclusione, rimuovendo tutti gli ostacoli, materiali e immateriali, all'uguaglianza di individui diversi e unici. Miriamo a sviluppare attività che generino più valore di quanto ne venga estratto, attraverso un'innovazione costante. Ci evolviamo all'interno di un modello di governance snello ma solido, e realizziamo le nostre strategie e i nostri piani imparando continuamente e integrando le migliori pratiche in tutto ciò che facciamo.

Le nostre **priorità strategiche** sono allineate con i principali standard internazionali in materia di sostenibilità, responsabilità ambientale e sociale come i Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite, gli standard ISO in ambito ambientale e, grazie a questa Relazione di Impatto, anche alle linee guida GRI (Global Reporting Initiative). Lo **sviluppo sostenibile** rappresenta una delle principali sfide

non solo per noi, ma per il futuro dell'intero settore agro-alimentare: la transizione verso modelli di economia circolare e rigenerativa richiede un ripensamento profondo dei processi produttivi, con l'obiettivo di ridurre sprechi, massimizzare il riutilizzo delle risorse e limitare l'impatto ambientale.

In questo contesto, la **mitigazione del cambiamento climatico** è una nostra priorità: l'azienda è impegnata a ridurre le emissioni di gas serra e l'impronta di carbonio dei propri prodotti, continuando ad adottare le più avanzate soluzioni tecnologiche in ambito energetico. Un altro impegno fondamentale riguarda la **gestione responsabile delle risorse naturali**, garantendo un approvvigionamento sostenibile delle materie prime e la tutela della biodiversità, prediligendo fornitori e partner che condividano i valori e gli standard di sostenibilità in modo da estendere l'impatto positivo lungo tutta la catena del valore. Da un punto di vista sociale, il l'attenzione verso le nostre persone resta di importanza centrale, e lavoriamo attivamente per migliorare il loro benessere professionale e personale. Inoltre, sosteniamo il nostro territorio e promuoviamo la **diffusione della cultura della sostenibilità**.

Nelle pagine che seguono abbiamo raccontato chi siamo, il nostro percorso per diventare Società Benefit, e le principali azioni che abbiamo svolto nell'anno 2024-2025 per progredire sul percorso che ci siamo prefissati.

Consci che questo è solo il primo passo verso la crescita sostenibile, vi auguriamo buona lettura!

Maria Gaytan de Ayala
Presidente del Comitato di Impatto



Capitolo 1

AB Mauri

GRI 2-1

GRI 2-6

AB Mauri rientra nel segmento **Ingredients** di ABF, ed è infatti tra i **leader mondiali nella produzione di lieviti e ingredienti per la panificazione, la pasticceria e la pizzeria**. Con oltre 7.000 dipendenti, 52 stabilimenti in 32 Paesi e una rete commerciale che raggiunge più di 100 mercati, AB Mauri vanta una tradizione di oltre 150 anni nel settore. La sua forza risiede nella capacità di coniugare innovazione tecnologica e competenza locale, rispettando le culture alimentari dei diversi territori e offrendo soluzioni contemporanee, buone, sicure e accessibili.

1.1 Chi siamo

AB Mauri Italy SpA SB - è una società per azioni parte del gruppo internazionale **Associated British Foods plc (ABF)**, realtà diversificata che in Italia conta oltre 6.000 dipendenti. A livello globale, ABF suddivide il proprio business in cinque segmenti: Retail, Grocery, Ingredients, Sugar e Agriculture.

In **Italia**, AB Mauri Italy SpA SB impiega circa 250 persone ed è presente con due siti produttivi: uno a **Casteggio** (PV), dedicato alla produzione di lievito e uno a **Cologne** (BS), focalizzato sulla produzione di **ingredienti per panificazione, pasticceria e pizzeria**.

Oltre a ciò, l'attività della società si articola anche in altri ambiti, come la produzione di lieviti per zootecnia, enologia e uso farmaceutico. Per rispondere alle diverse **esigenze del settore Bakery**, AB Mauri Italy SpA SB è organizzata in divisioni dedicate:



Nata dall'acquisizione di Italmill nel 2019, offre prodotti naturali e di alta qualità per panificazione, pasticceria e pizzeria, coniugando tradizione e innovazione.



Propone soluzioni affidabili e di qualità per i professionisti del settore, con un portafoglio completo di lieviti e ingredienti.



Sviluppa soluzioni tecnologiche innovative e personalizzate per le industrie del bakery, garantendo performance stabili e processi certificati.



Supporta la Grande Distribuzione e l'In-Store Bakery con prodotti in linea con i nuovi stili di vita e le esigenze di salute e provenienza.



Offre prodotti finiti con tecnologia frozen per Bakery, Food Service e GDO, pensati per rispondere alle esigenze di consumo rapido e on-the-go.

Oltre al settore Bakery, AB Mauri Italy SpA SB valorizza le proprietà nutrizionali del lievito prodotto a Casteggio destinandolo anche ai mercati farmaceutico e nutraeutico. La divisione **AB Biotek** sviluppa soluzioni per i mercati globali delle bevande alcoliche, del bioetanolo, della nutrizione animale e della salute umana.

GRI 2-9

GRI 2-10

GRI 2-11

GRI 2-18

GRI 2-19

GRI 2-20

Il modello di governance

Il modello di governance di AB Mauri Italy SpA SB è fondato su un **Consiglio di Amministrazione (CdA)**, investito di ogni potere di amministrazione della Società. Il Consiglio di Amministrazione è composto da sei membri, tra cui un Presidente, più Amministratori Delegati e una Consiglieria.

Consiglio di Amministrazione	
Presidente	Pasturenzi Piero
Amministratore Delegato	Devenuto Marco
Amministratore Delegato	Parentini Ennio
Amministratore Delegato	Corsini Andrea
Amministratore Delegato	Mauriello Stefano
Consiglieria	Gaytan De Ayala Otaegui Maria

Il Consiglio di Amministrazione descritto nel presente report fa riferimento alla composizione risultante dalle modifiche intervenute nel mese di **settembre 2025**. L'aggiornamento ha comportato la nomina di un **nuovo Presidente** e l'ingresso di un **nuovo Amministratore Delegato**, rispetto alla conformazione precedente. Il **Presidente** del Consiglio di Amministrazione non riveste la qualifica di alto dirigente della Società. Pur

conoscendo profondamente l'impresa, grazie a un'esperienza maturata in oltre cinquant'anni di attività al suo interno, esercita funzioni di rappresentanza della Società con i poteri attribuiti dallo Statuto sociale. La **nomina** dei membri avviene secondo un criterio di competenze: ciascun Amministratore Delegato è responsabile di un'area strategica o operativa (manufacturing, selling, strategy, amministrazione e finanza), garantendo così una gestione collegiale ma specializzata. AB Mauri adotta un processo di **performance review annuale** per tutti i membri del Consiglio di Amministrazione. La valutazione si articola in due incontri: uno iniziale per fissare gli obiettivi e analizzare i risultati precedenti, e una mid review per monitorare l'andamento. Il processo non è soltanto legato ai risultati economici, ma prevede inoltre obiettivi di ESG, specifici per ogni manager, allineati agli obiettivi aziendali. Il Consiglio di Amministrazione non prevede alcuna **remunerazione** per i propri membri. La remunerazione delle figure apicali della Società è invece strutturata con una componente fissa e una componente variabile. Quest'ultima è collegata al raggiungimento di obiettivi specifici, che includono anche indicatori di performance **ESG** (ambientali, sociali e di governance), in coerenza con la natura di Società Benefit e con le linee guida del Gruppo.



Le politiche retributive sono in linea con la disciplina prevista dal CCNL (Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro) e con le politiche retributive di Gruppo. Eventuali eccezioni vengono analizzate e approvate in base al cosiddetto grand fathering principle che prevede un processo autorizzativo a due livelli. Questo modello garantisce equità, imparzialità e coerenza.

Condotta aziendale responsabile

AB Mauri Italy SpA SB fonda la propria attività sui principi di integrità, trasparenza e responsabilità, formalizzati nello **Statuto**, nel **Codice Etico e di condotta aziendale** e nel **Codice di condotta per i fornitori**. In qualità di Società Benefit, l'azienda si impegna a operare in modo responsabile e sostenibile nei confronti delle persone, delle comunità e dell'ambiente, promuovendo una cultura di inclusione e rispetto. Il Codice Etico rappresenta il fondamento del Modello Organizzativo di Gestione e Controllo adottato in conformità al D.Lgs. 231 e sancisce che i rapporti interni ed esterni debbano essere improntati alla massima correttezza e lealtà, condannando ogni pratica di corruzione o frode. L'azienda dichiara l'assenza di **conflitti di interesse** per quanto riguarda il Consiglio di Amministrazione e richiede a tutti i destinatari del Codice di evitare situazioni che possano generare conflitti reali o apparenti.

L'azienda opera secondo principi di correttezza e integrità promuovendo una cultura dell'anticorruzione attraverso formazione dedicata non solo a tutti i membri dell'organo di governo ma anche a qualsiasi dipendente e collaboratore che rappresenta AB Mauri Italy SpA SB nei confronti di terze parti.

Per favorire un ambiente di lavoro sicuro e trasparente, AB Mauri Italy SpA SB ha adottato la

GRI 2-15

GRI 2-16

GRI 2-23

GRI 2-25

GRI 2-26

GRI 2-27

GRI 205-2

GRI 417-2

GRI 417-3

Speak Up Policy, aggiornata in conformità al D.Lgs. 24/2023, che consente a dipendenti, consulenti e terze parti di segnalare condotte inappropriate, violazioni del Codice Etico e del Modello Organizzativo, frodi, mancato rispetto degli obblighi di legge, violazioni dei diritti umani, molestie e conflitti di interesse. L'azienda da sempre guidata dai principi di correttezza ed integrità, si è dotata di una policy sulle segnalazioni dal 2013 con la whistleblowing policy, successivamente aggiornata nel 2021, con l'intento di promuovere una cultura della trasparenza che vada oltre i requisiti normativi. Ogni persona deve sentirsi **libera** di esprimere le proprie preoccupazioni e di contribuire alla risoluzione dei problemi, nella consapevolezza che la voce di ciascuno è fondamentale per migliorare i processi e prevenire criticità. Le **segnalazioni** possono essere effettuate tramite canali dedicati, sia orali che scritti, e vengono gestite con procedure di valutazione e riscontro entro tre mesi. È garantita la riservatezza dell'identità del segnalante e la protezione da qualsiasi forma di ritorsione, in linea con quanto previsto dalla nostra policy e dalla normativa vigente.

La comunicazione delle criticità al massimo organo di governo avviene secondo quanto previsto dalla stessa policy. Nel periodo di rendicontazione non

sono emerse segnalazioni né criticità comunicate al Consiglio di Amministrazione.

Infine, si evidenzia che nel periodo di rendicontazione non sono stati riscontrati casi di violazioni relative alla **conformità dei prodotti** e delle **comunicazioni di marketing**, né **sanzioni o procedimenti legali connessi a pratiche di condotta aziendale**.



I prodotti

AB Mauri Italy SpA SB promuove la cultura alimentare attraverso un'offerta di **prodotti salutarì, sicuri e accessibili**, capaci di valorizzare la **tradizione** e al tempo stesso di rispondere alle più contemporanee **esigenze dei consumatori**. Con questa visione, l'azienda contribuisce a diffondere l'importanza di una **sana e corretta alimentazione**, elemento fondamentale per **crescere e vivere bene**.

L'azienda produce **lieviti** e **ingredienti per panificazione, pasticceria e pizzeria**, ponendosi come modello di innovazione agroalimentare fondato sulla **naturalità** delle produzioni e sull'impiego di **tecnologie avanzate**. Grazie alla selezione accurata delle **materie prime**, al rispetto delle **certificazioni** e al rigore dei processi, AB Mauri Italy SpA SB porta sul mercato eccellenze italiane riconosciute e apprezzate. L'esperienza consolidata e la competenza dei team consentono di sviluppare soluzioni di **alta qualità**, replicabili e adattabili alle diverse tipologie di clienti, creando valore lungo tutta la filiera. A conferma di questo impegno, AB Mauri Italy SpA SB promuove l'eccellenza dei suoi prodotti anche mediante un sistema di gestione della qualità conforme alla norma **UNI EN ISO 9001:2015**, garanzia di affidabilità e di miglioramento continuo.



Lievito secco attivo

Lievito secco istantaneo, costituito da cellule di *Saccharomyces Cerevisiae*, prodotto utilizzando ceppi selezionati secondo i criteri della microbiologia classica. Idoneo nell'impiego per processi con basso contenuto zuccherino, fino ad un massimo del 10%. Ideale per tutti i prodotti a pasta semplice, non arricchita, che esige un grande potere fermentativo. Garantisce ottimi risultati in tutti i processi di panificazione, conferendo un buon aroma naturale di pane.



Lievito secco inattivo

Lievito secco inattivo, prodotto da ceppi di lievito per panificazione, disattivato tramite pastorizzazione ed essiccato per nebulizzazione. Quando miscelato in formulazioni di sfoglia o pasta, garantisce maggiore estensibilità all'impasto grazie alla presenza di glutathione (GSH), che agisce come agente riducente sul glutine. Permette una riduzione dei tempi di miscelazione, esaltando il sapore del prodotto finito, e impedisce l'accorciamento o la distorsione dei prodotti da forno, come pizza e focaccia.

I prodotti di AB Mauri Italy SpA SB



Lievito Fresco Cubetti e Panetti

Massa omogenea compressa, costituita da cellule di *Saccharomyces cerevisiae*, prodotta utilizzando ceppi selezionati secondo i criteri della microbiologia classica. Adatto per un utilizzo professionale (panetti da 500 g) e casalingo (cubetti da 25 g) per la preparazione di pane, pizze, sostituti del pane e molte altre specialità che richiedono volume e gusto.



Lievito madre

Lievito madre di farina di grano tenero tipo '0' per donare fragranza, profumo e sapore ai prodotti finiti. Da un ceppo di lievito madre centenario, seguendo il tradizionale metodo dei rinfreschi, si ottiene un impasto con una concentrazione ottimale di lieviti e lattobacilli che viene essiccato e macinato per realizzare il lievito madre in polvere, cuore pulsante di prodotti unici.



Farine e Miscele per panificazione, pizzeria e pasticceria

AB Mauri offre un'ampia gamma di farine e semilavorati a supporto delle industrie e dei professionisti dell'arte bianca. Praticità di impiego, semplicità di utilizzo e rispetto dei più alti standard qualitativi sono le caratteristiche principali delle farine e miscele per panificazione, pasticceria e pizzeria, consentendo di realizzare un prodotto fragrante, genuino e sempre perfetto.











Scrocchiarella® Frozen

Scrocchiarella® è una linea di eccellenza di basi frozen per pizza in pala di AB Mauri che sorprende al primo morso per il suo gusto e la sua croccantezza non-stop. È un prodotto unico nella sua leggerezza, croccantezza anche a freddo, alveolatura, profumo e gusto memorabili.

Certificazioni

AB Mauri Italy SpA SB conferma il proprio impegno costante per la qualità e l’affidabilità dei prodotti e dei processi. Questo approccio trova conferma nelle numerose **certificazioni** conseguite nel tempo dai due siti produttivi dell’azienda.

Sito di Casteggio					
	ISO 9001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione della Qualità	Da Agosto 2015	   	La certificazione BRC (British Retail Consortium) stabilisce i criteri per uno Standard Globale specifico per la Sicurezza dei Prodotti Alimentari	Da Gennaio 2011
	ISO 45001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro	Prima certificazione ISO 18001 - Maggio 2015		Tutti i lieviti AB Mauri sono certificati Kosher , in rispetto delle norme alimentari ebraiche	Da Dicembre 2017
		Migrazione alla ISO 45001 - Settembre 2020			
	ISO 50001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione dell'Energia	Da Novembre 2023		Tutti i lieviti AB Mauri sono certificati Halal , in rispetto delle norme islamiche	Da Dicembre 2018
	ISO 14001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione Ambientale	Da Dicembre 2017		RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) stabilisce i criteri per un Sistema Globale di Certificazione dell'Olio di Palma Sostenibile	Da Luglio 2016

Sito di Cologne					
	ISO 22000 FSSC stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione della Qualità	Da Dicembre 2016	   	ISO 22005 - Filiera Nostrano stabilisce i criteri per progettare e attuare un sistema di rintracciabilità agroalimentare	Dal 2016
	ISO 45001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro	Prima certificazione ISO 18001 - 2014		Certificazione Kosher , in rispetto delle norme alimentari ebraiche	Dal 2016
		Migrazione alla ISO 45001 - Settembre 2020		Certificazione Halal , in rispetto delle norme islamiche	Dal 2016
	ISO 14001 stabilisce i criteri per un Sistema di Gestione Ambientale	Dal 2014		RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) stabilisce i criteri per un Sistema Globale di Certificazione dell'Olio di Palma Sostenibile	Dal 2018

Il percorso verso la sostenibilità

La strategia ESG

AB Mauri Italy SpA SB ha scelto di porre la **sostenibilità** al centro della propria strategia di crescita, operando in modo responsabile e trasparente lungo tutta la filiera e nei confronti dei territori, delle comunità, dell'ambiente e delle persone. L'impegno dell'azienda è quello di generare valore condiviso, promuovendo modelli produttivi innovativi e a sempre minore impatto, e contribuendo alla diffusione di una cultura alimentare sana.

La strategia di sostenibilità di AB Mauri Italy SpA SB si articola in dodici pilastri, che abbracciano le tre dimensioni **Environment, Social e Governance**:



Ambiente

- Creazione di valore attraverso l'**economia circolare**.
- Innovazione per mitigare il **cambiamento climatico**, riducendo **consumi energetici ed emissioni**.
- Miglioramento dell'**impronta di carbonio** dei prodotti.
- Utilizzo responsabile delle risorse naturali e tutela della **biodiversità**.
- Scelte orientate verso **packaging più sostenibile** e partnership logistiche a basso impatto.



Sociale

- Sviluppo delle **competenze** professionali e personali dei dipendenti.
- Promozione di un **ambiente inclusivo**, che valorizza la diversità.
- Creazione di **prodotti sicuri**, salutarì e gustosi, accessibili a tutti.
- Generazione di occupazione di **qualità e valore economico** nei territori.
- Sostegno attivo alle **comunità locali** e alle nuove generazioni, diffondendo conoscenze e valori di inclusione e sostenibilità.



Governance

- Adozione di **sistemi di controllo** e regole che garantiscono **trasparenza, equità e responsabilità**.
- Promozione di una **cultura aziendale** che va oltre la conformità normativa, orientata alla responsabilità e alla fiducia.

AB Mauri Società Benefit

Essere Società Benefit significa decidere di perseguire il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità oltre che di obiettivi di profitto economico. Il **30 settembre 2024** AB Mauri Italy SpA SB ha completato il processo di trasformazione in **Società Benefit**, confermando il proprio ruolo come attore responsabile verso tutta la filiera, e rafforzando la volontà di integrare obiettivi sociali e ambientali accanto a quelli economici. Diventare Società Benefit non rappresenta un traguardo, ma un nuovo punto di partenza: significa assumere la responsabilità di perseguire **finalità di beneficio comune**, di integrare la propria strategia con elementi di sostenibilità, e di rendere conto, con trasparenza, dei risultati raggiunti.

In linea con la normativa italiana (Legge 28 dicembre 2015 n. 208), il presente documento costituisce la **prima Relazione di Impatto** di AB Mauri Italy SpA SB, redatta con la finalità di rendere noto a tutti gli stakeholder i progetti avviati nel tempo e i risultati conseguiti nel corso del 2025, insieme agli impegni per il futuro, in linea con le finalità di beneficio comune stabilite nello Statuto e riportate nella prossima pagina.



Finalità di Beneficio Comune



Sviluppo e valorizzazione dei territori

La valorizzazione dei territori in cui l'azienda opera, tramite la condivisione con le persone, le culture e le comunità, anche lontane, che entrano in contatto con ABMI S.p.A. SB, delle **competenze** e dei **valori** legati alle produzioni della società, attraverso **iniziative educative, di coinvolgimento e di ascolto**.



Sviluppo delle competenze personali e professionali

Lo sviluppo delle competenze personali e professionali di tutte le persone di ABMI S.p.A. SB attraverso un **dialogo costante e proattivo** volto a raccogliere le esigenze delle presenti e future generazioni, al fine di creare un luogo dove **le persone siano il centro dell'impresa**, elemento cardine per custodire e tramandare la cultura del cibo e dell'eccellenza italiana.



Valorizzazione delle persone

La valorizzazione delle persone come **elemento fondante per il successo** nel tempo dell'azienda e della comunità attraverso un **ambiente lavorativo inclusivo** in cui il lavoro sia fonte di dignità, soddisfazione e crescita personale.

Evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni

L'impegno ad attuare una evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a **zero emissioni di gas climalteranti**, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.



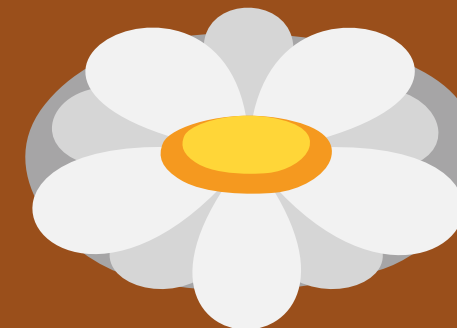
Creazione di un ecosistema di sostenibilità

La creazione di un ecosistema basato sulla condivisione di valori e obiettivi di sostenibilità, attraverso la promozione di **iniziative virtuose** in grado di **promuovere modelli produttivi innovativi a basso impatto**, per contribuire positivamente alla riduzione degli impatti sociali e ambientali lungo tutta la nostra filiera.



Creazione di valore lungo tutta la filiera

L'impegno a creare valore lungo tutta la filiera in collaborazione con partners commerciali che condividano i medesimi **valori ed obiettivi di sostenibilità** di AB Mauri Italy S.p.A. SB.



La governance di sostenibilità

Con l'obiettivo di integrare la strategia aziendale e guidare l'azienda nel raggiungimento dei propri obiettivi di sostenibilità, AB Mauri Italy SpA SB ha istituito un **Comitato ESG**, composto da cinque membri, di cui quattro donne. Il Comitato, nominato tramite delibera del CdA, rappresenta uno strumento centrale per integrare le finalità di beneficio comune nella strategia aziendale. L'assetto del Comitato ESG descritto nel presente report si riferisce alla configurazione in vigore alla data di pubblicazione del presente report. Le funzioni del Comitato ESG comprendono il

- GRI 2-12
- GRI 2-13
- GRI 2-14

supporto strategico al CdA nella creazione di valore sostenibile e responsabile, la valutazione degli impatti secondo standard esterni, e l'attività **istruttoria, propositiva e consultiva** su decisioni e progetti legati alla sostenibilità. Il Comitato promuove inoltre le

finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile e trasparente verso persone, territori, comunità e ambiente. Sul **piano operativo**, il Comitato coordina e monitora gli obiettivi annuali di beneficio comune, coinvolgendo tutte le funzioni aziendali. Inoltre, il Comitato ESG

è incaricato della redazione della **Relazione di Impatto** annuale, che viene sottoposta a revisione da parte del management aziendale e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione, a garanzia della qualità e della coerenza dei contenuti.



Jacopo Vaja Zurli
Energy Manager

Giulia De Medici
HSE Manager



Gloria Gazzaniga
HR Manager

Francesca Minutola
Marketing Manager



Maria Gaytan de Ayala
Finance Director

Oltre alle riunioni formali, il Comitato ESG lavora a stretto contatto con il **management** attraverso incontri regolari e informali, garantendo un dialogo costante e una piena integrazione delle tematiche ESG nei processi e nelle attività aziendali.



Capitolo 2

Le finalità di Beneficio Comune di AB Mauri

Attraverso la scelta di diventare Società Benefit, AB Mauri Italy SpA SB si impegna a perseguire specifiche **finalità di beneficio comune** che costituiscono i **pilastri fondamentali** del percorso verso la sostenibilità e il benessere collettivo.



Tra le finalità individuate, la **Creazione di un ecosistema di sostenibilità** rappresenta un **elemento trasversale** che attraversa e collega tutte le altre. Essa costituisce il filo conduttore che orienta la valorizzazione delle persone, lo sviluppo delle competenze, la crescita dei territori, la creazione di valore lungo la filiera e l'evoluzione verso un modello a zero emissioni. In questo senso, l'ecosistema di sosteni-

bilità non è una finalità isolata, ma il quadro di riferimento che integra e rafforza ogni impegno dell'azienda, rendendo coerente e unitario il percorso verso un impatto positivo e duraturo. Nei capitoli successivi verranno presentate le finalità di beneficio comune di AB Mauri SpA SB, insieme agli obiettivi definiti, ai risultati conseguiti e alle iniziative strategiche intraprese per il loro raggiungimento.



2.1 Valorizzazione delle persone

La valorizzazione delle persone come elemento fondante per il successo nel tempo dell'azienda e della comunità attraverso un ambiente lavorativo inclusivo in cui il lavoro sia fonte di dignità, soddisfazione e crescita personale.



Risultato 2024/2025	92,8%	+83% ¹
	di contratti a tempo indeterminato	di nuovi dipendenti assunti sotto i 30 anni di età
Obiettivi 2025/2026	Mantenimento	Mantenimento

¹ Variazione percentuale rispetto al valore del 2023/2024.

Il personale di AB Mauri²

Le persone di AB Mauri Italy SpA SB rappresentano il cuore della capacità dell’azienda di creare valore e di generare impatto positivo. Con talento, competenza e passione, i dipendenti contribuiscono ogni giorno allo sviluppo di soluzioni innovative e sostenibili, esprimendo al meglio il proprio potenziale in un ambiente inclusivo e stimolante. L’azienda si impegna a rimuovere ogni ostacolo all’inclusione eliminando pregiudizi e valorizzando la diversità come elemento chiave per l’innovazione e il successo.

Nel 2024/2025 AB Mauri Italy SpA SB conta **237 dipendenti**, di cui l’82% uomini e il 18% donne. La maggioranza è assunta con **contratto a tempo indeterminato** (93%), mentre i contratti a termine rappresentano il 7%. Oltre il 95% del personale lavora a **tempo pieno**. Il 100% della popolazione aziendale è coperto dal **contratto collettivo nazionale** di riferimento.

² Tutti i dati relativi all’organico aziendale riportati nel presente capitolo sono calcolati prendendo come riferimento la popolazione in forza al 30/08/2025 (perimetro della Relazione di Impatto: 01/09/2024 - 30/08/2025). Il medesimo criterio è stato applicato anche per la determinazione dei dati relativi all’anno precedente.

GRI 2-7 Dipendenti	UdM	2023/ 2024	2024/ 2025
Dipendenti totali	N.	230	237
di cui Uomini	N. %	189 82,2%	194 81,9%
di cui Donne	N. %	41 17,8%	43 18,1%
Lavoratori a tempo indeterminato	N. %	220 95,7%	220 92,8%
di cui Uomini	N. %	180 81,8%	180 81,8%
di cui Donne	N. %	40 18,2%	40 18,2%
Lavoratori a tempo determinato	N. %	10 4,3%	17 7,2%
di cui Uomini	N. %	9 90%	14 82,4%
di cui Donne	N. %	1 10%	3 17,6%
Lavoratori Full-Time	N. %	223 97%	228 96,2%
di cui Uomini	N. %	188 84,3%	191 83,8%
di cui Donne	N. %	35 15,7%	37 16,2%
Lavoratori Part-Time	N. %	7 3%	9 3,8%
di cui Uomini	N. %	1 14,3%	3 33,3%
di cui Donne	N. %	6 85,7%	6 66,7%

Le tabelle che seguono presentano la **composizione dell’organico aziendale e dell’organo di amministrazione** per inquadramento, genere e fasce d’età, offrendo una panoramica sulla **diversità** interna e consentendo di valutare in modo trasparente l’equilibrio e la distribuzione del personale.

GRI 405-1 Composizione del CdA per genere e fasce d’età	UdM	2023/2024	2024/2025
Membri del Consiglio di Amministrazione	N.	5	6
di cui Uomini	N. %	4 80%	5 83%
di cui Donne	N. %	1 20%	1 17%
Sotto i 30 anni di età	N. %	0 0%	0 0%
di cui Uomini	N. %	0 0%	0 0%
di cui Donne	N. %	0 0%	0 0%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N. %	1 20%	2 33%
di cui Uomini	N. %	0 0%	1 50%
di cui Donne	N. %	1 100%	1 50%
Sopra i 50 anni di età	N. %	4 80%	3 75%
di cui Uomini	N. %	4 100%	3 100%
di cui Donne	N. %	0 0%	0 0%

GRI 405-1 Composi- zione dell’organico per categoria di inquadramento, per genere e fasce d’età	UdM	2023/ 2024	2024/ 2025
Dirigenti totali (% sul totale di dipendenti)	N.	14	15
	%	6,1%	6,3%
di cui Uomini	N.	11	12
	%	78,6%	80,0%
di cui Donne	N.	3	3
	%	21,4%	20,0%
Sotto i 30 anni di età	N.	0	0
	%	0%	0%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	7	6
	%	50,0%	40,0%
Sopra i 50 anni di età	N.	7	9
	%	50,0%	60,0%
Quadri totali (% sul totale di dipendenti)	N.	14	14
	%	6,1%	5,9%
di cui Uomini	N.	8	9
	%	57,1%	64,3%
di cui Donne	N.	6	5
	%	42,9%	35,7%
Sotto i 30 anni di età	N.	0	0
	%	0%	0%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	9	6
	%	64,3%	42,9%
Sopra i 50 anni di età	N.	5	8
	%	35,7%	57,1%

GRI 405-1 Composi- zione dell’organico per categoria di inquadramento, per genere e fasce d’età	UdM	2023/ 2024	2024/ 2025
Impiegati totali (% sul totale di dipendenti)	N.	69	73
	%	30,0%	30,8%
di cui Uomini	N.	44	46
	%	63,8%	63,0%
di cui Donne	N.	25	27
	%	36,2%	37,0%
Sotto i 30 anni di età	N.	8	12
	%	11,6%	16,4%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	34	29
	%	77,3%	63,0%
Sopra i 50 anni di età	N.	27	32
	%	39,1%	43,8%
Operai totali (% sul totale di dipendenti)	N.	133	135
	%	57,8%	57,0%
di cui Uomini	N.	126	127
	%	94,7%	94,1%
di cui Donne	N.	7	8
	%	5,3%	5,9%
Sotto i 30 anni di età	N.	16	14
	%	12,0%	10,4%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	71	75
	%	53,4%	55,6%
Sopra i 50 anni di età	N.	46	46
	%	34,6%	34,1%

Nella tabella a fianco sono riportate le informazioni relative all’**andamento occupazionale** dell’azienda, con particolare riferimento alle nuove assunzioni e al turnover del personale.

Nel periodo di rendicontazione il **tasso di avvicenda-
mento** dei dipendenti si è ridotto dall’8% al 6%, pas-
sando da 19 uscite registrate nell’anno 2023/2024
a 15 nell’anno 2024/2025, a fronte di un organico
complessivo cresciuto da 231 a 237 persone. La dimi-
nuzione del turnover evidenzia una maggiore stabilità
occupazionale e una capacità dell’organizzazione di
trattenere le proprie risorse.
Inoltre, si evidenzia un incremento dell’83% delle
nuove assunzioni di giovani **sotto i 30 anni**, passati
da 6 a 11, segnale di un rafforzamento della presenza
di risorse più giovani all’interno dell’organizzazione.

GRI 401-1 Nuovi dipen- denti assunti e turno- ver dei dipendenti per età e genere	UdM	2023/ 2024	2024/ 2025
Totale dei nuovi dipendenti assunti durante l’anno	N.	29	23
Di cui Uomini	N.	22	19
Di cui Donne	N.	7	4
Sotto i 30 anni di età	N.	6	11
Di cui Uomini	N.	4	10
Di cui Donne	N.	2	1
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	16	6
Di cui Uomini	N.	12	4
Di cui Donne	N.	4	2
Oltre i 50 anni di età	N.	7	6
Di cui Uomini	N.	6	5
Di cui Donne	N.	1	1
Totale dei dipendenti che hanno lasciato l’organizzazione durante l’anno	N.	19	15
Di cui Uomini	N.	17	13
Di cui Donne	N.	2	2
Sotto i 30 anni di età	N.	4	4
Di cui Uomini	N.	4	3
Di cui Donne	N.	0	1
Tra i 30 e i 50 anni di età	N.	9	2
Di cui Uomini	N.	7	1
Di cui Donne	N.	2	1
Oltre i 50 anni di età	N.	6	9
Di cui Uomini	N.	6	9
Di cui Donne	N.	0	0



La gestione della salute e sicurezza sul lavoro

La gestione della salute e sicurezza sul lavoro in AB Mauri Italy SpA SB è parte integrante della strategia aziendale e si fonda sull'adozione volontaria del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul lavoro **ISO 45001:2018**. Questa certificazione rappresenta la prova concreta dell'impegno quotidiano dell'azienda nel garantire ambienti di lavoro sicuri e sostenibili, attraverso audit periodici, formazione continua e monitoraggio costante dei rischi.

Il **100%** dei dipendenti è coperto dal **Sistema di Gestione della salute e sicurezza sul lavoro**, sia quelli assunti direttamente da AB Mauri Italy SpA SB, sia quelli assunti tramite agenzie interinali, a conferma della volontà di estendere la tutela in modo uniforme e inclusivo a tutte le persone.

L'approccio operativo è improntato alla **prevenzione** e al **miglioramento continuo**: l'azienda si impegna a eliminare o ridurre al minimo i rischi per dipendenti, terzi e ambiente, garantendo al tempo stesso efficienza operativa e conformità alle normative. Il sistema definisce responsabilità, procedure e risorse all'interno della struttura organizzativa e assicura un **monitoraggio** costante delle attività. È un modello dinamico, progettato per adattarsi all'evoluzione delle leggi e delle norme tecniche, che coinvolge attivamente i lavoratori e i loro rappresentanti. Queste modalità consentono di ridurre incidenti e infortuni,

contenere i costi legati alla sicurezza e migliorare le performance complessive, rafforzando al contempo l'immagine aziendale interna ed esterna.

A rafforzare questa impostazione si affiancano programmi strategici che hanno contribuito a consolidare una cultura della sicurezza diffusa. Il **Programma SAFE** (Safety Achievement For all Employees), avviato nel 2014, è oggi riconosciuto come standard interno per la gestione della sicurezza e si fonda su **quattro pilastri**: il coinvolgimento delle **persone**, la definizione di **procedure** sicure, il miglioramento dei **luoghi** di lavoro e il monitoraggio delle **performance**. Ogni anno, il programma prevede la definizione di **obiettivi specifici** per ciascun pilastro, con l'impegno costante a migliorare i diversi aspetti della sicurezza. Questo processo coinvolge tutti i livelli aziendali, dalla direzione ai singoli operatori, e si traduce in azioni concrete che rendono il sistema di lavoro solido e sostenibile.

L'obiettivo finale di AB Mauri Italy SpA SB è il **Target Zero**: raggiungere e mantenere zero fatalità, zero infortuni e zero malattie professionali, attraverso prevenzione, indagini approfondite e responsabilità collettiva.

Target Zero si fonda su un approccio positivo alla salute e sicurezza e sulla convinzione che sia possibile raggiungere zero incidenti grazie a una cultura



orientata al "zero danni", articolata in tre **principi**:

- AB Mauri Italy SpA SB crede che ogni incidente sia prevedibile. Per questo identifica i pericoli e applica controlli mirati per gestire tutti i rischi significativi.
- Ogni evento viene indagato a fondo, le cause vengono individuate e le lezioni apprese condivise, così da prevenirne il ripetersi.
- Nessun atto o condizione non sicura viene ignorata. Si interviene immediatamente o si segnala, perché la sicurezza è responsabilità di tutti.

La sicurezza non è considerata responsabilità esclusiva del team HSE, ma un impegno condiviso da tutta l'organizzazione. In linea con il principio della **defunzionalizzazione**, ogni reparto e ogni livello aziendale è chiamato a contribuire attivamente, trasformando la sicurezza in un valore quotidiano.

Per consolidare questa cultura, AB Mauri Italy SpA SB utilizza strumenti di monitoraggio e coinvolgimento come le **Observation Card**, semplici schede che ogni dipendente può compilare per segnalare comportamenti sicuri, situazioni di rischio o opportunità di miglioramento legate a sicurezza, ambiente ed energia. Le segnalazioni vengono analizzate dal team HSE insieme ai responsabili di reparto e, se necessario, trasformate

in azioni correttive o preventive. Questo processo favorisce la comunicazione interna, consente di individuare tempestivamente i rischi e garantisce un solido sistema di **feedback**: l'obiettivo è chiudere almeno l'80% delle segnalazioni entro 90 giorni,

raccogliendo dati utili per monitorare le tendenze e pianificare interventi mirati. L'impegno di AB Mauri Italy SpA SB nella prevenzione e nella tutela della salute e sicurezza si riflette nei risultati conseguiti: nel periodo rendicontato **non si sono registrati infortuni** sul lavoro.

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro ^{3 4}	UdM	2023/2024	2024/2025
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	N.	0	0
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	%	0%	0%
Numero totale di infortuni gravi sul lavoro (esclusi i decessi)	N.	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro gravi	%	0%	0%
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili (esclusi i decessi e i gravi)	N.	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	%	0%	0%

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro ⁵ dei lavoratori non dipendenti	UdM	2023/2024	2024/2025
Numero totale di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	N.	0	0
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	%	0%	0%
Numero totale di infortuni gravi sul lavoro (esclusi i decessi)	N.	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro gravi	%	0%	0%
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili (esclusi i decessi e i gravi)	N.	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	%	0%	0%

3 Non vengono rendicontati gli infortuni minori con assenza inferiore a 10 giorni, attribuibili a distrazione (pari a 1 per l'anno di rendicontazione) o disattenzione (es. uso di utensili manuali, scivolamenti, inciampi, cadute). Restano invece inclusi, anche se con assenza inferiore a 10 giorni, gli infortuni occorsi durante attività pericolose come lavori in quota, in spazi confinati o con sostanze chimiche pericolose.

4 Tasso di infortunio dei lavoratori dipendenti = (numero di infortuni/numero di ore lavorate) x 1.000.000

5 Tasso di infortunio dei lavoratori non dipendenti = (numero di infortuni/numero di ore lavorate) x 200.000.

Il Gruppo AB Mauri valorizza l'impegno globale in Salute e Sicurezza attraverso i **Safety Awards**, riconoscimenti che promuovono la cultura della prevenzione, il miglioramento continuo e la diffusione delle migliori pratiche. I siti italiani partecipano ogni anno con candidature nelle diverse categorie e hanno ottenuto risultati di rilievo: Safety Ambassador - 2° posto nel 2021 e 2022, 1° premio nel 2023. Inoltre, nel 2024, il sito di **Cologne** ha ospitato un **audit HSE condotto da ERM**, distinguendosi a livello globale per l'assenza di non conformità gravi e classificandosi al **secondo posto** tra 51 nel perseguire il miglioramento continuo e nel garantire ambienti di lavoro sicuri e sostenibili.



2.2 Sviluppo delle competenze personali e professionali

Lo sviluppo delle competenze personali e professionali di tutte le persone di AB Mauri Italy SpA SB attraverso un dialogo costante e proattivo volto a raccogliere le esigenze delle presenti e future generazioni, al fine di creare un luogo dove le persone siano il centro dell'impresa, elemento cardine per custodire e tramandare la cultura del cibo e dell'eccellenza italiana.



Risultato 2024/2025	100%	+24,3%⁶
	Percentuale di dipendenti che hanno usufruito della formazione	Ore totali di formazione erogate ai dipendenti
Obiettivi 2025/2026	Mantenimento	Mantenimento

⁶ Variazione percentuale rispetto al valore del 2023/2024.

L'azienda considera la crescita professionale e personale dei dipendenti un investimento strategico, capace di generare valore sia per le persone sia per l'organizzazione.

Di seguito sono presentate le **iniziative** di formazione, che spaziano dalla diffusione di una cultura aziendale orientata alla sicurezza e all'ambiente fino a percorsi di riqualificazione e sviluppo specialistico.

Cultura della sicurezza e dell'ambiente

La cultura della sicurezza e della sostenibilità ambientale in AB Mauri Italy SpA SB si fonda su un approccio integrato, che combina formazione strutturata, strumenti di osservazione e momenti di condivisione. L'obiettivo è rendere ogni persona parte attiva del processo, favorendo responsabilità diffusa e miglioramento continuo.

• Induction e formazione obbligatoria (ASR)

Il percorso di inserimento rappresenta il primo passo per trasmettere regole e valori fondamentali. Ogni nuovo assunto, visitatore o contractor riceve una **induction calibrata** sul proprio ruolo, con informazioni su procedure di emergenza, dispositivi di protezione e policy aziendali. A questa si affianca la formazione obbligatoria prevista dall'Accordo Stato-Regioni, che AB Mauri Italy SpA SB rispetta puntualmente e arricchisce con affiancamenti pratici e corsi aggiuntivi, per garantire consapevolezza e sicurezza fin dal primo giorno.

• Leading for Safety e Leading for Environment

Dopo la formazione di base, AB Mauri Italy SpA SB rafforza la cultura HSE attraverso programmi dedicati che coinvolgono tutte le funzioni aziendali, creando un linguaggio comune e diffondendo responsabilizzazione a tutti i livelli. Tra questi, il **Leading for Safety (LFS)** rappresenta un percorso strutturato che prevede tre giornate di formazione iniziale seguite da refresh annuali. L'obiettivo è sviluppare **competenze di leadership applicate alla sicurezza**, sottolineando il ruolo di ogni persona come leader della prevenzione e favorendo comportamenti proattivi e una comunicazione efficace. Accanto a LFS, il programma **Leading for Environment (LFE)** segue un'impostazione analoga ma con focus sulla **sostenibilità ambientale**. Mira a diffondere comportamenti responsabili e a ridurre l'impatto delle attività produttive sull'ambiente, attraverso sessioni annuali di aggiornamento e strumenti pratici che integrano la tutela ambientale nella quotidianità lavorativa. Il percorso, in costante evoluzione, ha visto negli ultimi cinque anni la partecipazione di 55 persone e, nel solo 2025, di ulteriori 14, segno di un interesse crescente e della volontà condivisa di contribuire attivamente al cambiamento.

• Condivisione e apprendimento continuo

La prevenzione in tema di salute e sicurezza si rafforza grazie alla capacità di condividere esperienze e trasformarle in opportunità di crescita. **Safety Share & Safety Alert** è il sistema che consente di diffondere in modo tempestivo informazioni su incidenti, quasi incidenti e buone pratiche tra tutti i siti, produttivi e non produttivi. Ogni segnalazione viene raccolta e distribuita ai responsabili e agli addetti alla sicurezza, così che le misure correttive e le lezioni apprese diventino patrimonio comune. In questo modo, AB Mauri Italy SpA SB garantisce una comunicazione efficace e una condivisione continua delle conoscenze, rafforzando la prevenzione e la protezione in ogni ambiente di lavoro.

Accanto a questo strumento, AB Mauri Italy SpA SB utilizza i **Tool Box Talk**, brevi incontri focalizzati su temi specifici di sicurezza. In situazioni particolari vengono organizzate sessioni "Stop and Think", momenti di grande visibilità in cui la produzione si ferma per condividere un messaggio diretto sulla sicurezza, spesso guidato dal management senior. A completare il sistema di comunicazione vi sono le riunioni plenarie e le bacheche di reparto, che favoriscono la partecipazione e la diffusione capillare delle informazioni.

• Preparazione alle emergenze

La cultura della sicurezza si completa con la preparazione pratica. Le **squadre di emergenza** sono formate e addestrate secondo la normativa e sono facilmente identificabili grazie a gilet e bacheche dedicate. Questo sistema garantisce trasparenza e rapidità di intervento, rafforzando la fiducia e la sicurezza di tutti i dipendenti.



Sviluppo di competenze tecniche specialistiche

AB Mauri Italy SpA SB investe in percorsi strutturati e altamente qualificanti per i propri dipendenti, adottando un approccio volto a rafforzare e valorizzare la professionalità interna. Per operare in un impianto altamente complesso presente nel sito di Casteggio è necessario conseguire una **certificazione** specifica. L'azienda ha finanziato integralmente il percorso per tre dipendenti, includendo corsi, tirocini ed esami. Questa scelta ha privilegiato la **valorizzazione e lo sviluppo delle risorse interne** rispetto al ricorso a competenze esterne, consentendo ai partecipanti di ottenere una abilitazione professionale, riconosciuta anche al di fuori dell'azienda.

Formazione per l'inclusione e la riqualificazione interna

Per AB Mauri Italy SpA SB, la formazione rappresenta anche un mezzo per favorire l'**inclusione** e sostenere il **benessere delle persone**, contribuendo a valorizzarne il potenziale. Due dipendenti provenienti dall'area produttiva, con esigenze specifiche legate alla loro condizione personale, sono state **ricollocate** in mansioni d'ufficio. Attraverso un percorso di **formazione interna** hanno acquisito nuove competenze, che hanno permesso loro di adattarsi al nuovo ruolo e di migliorare la propria continuità lavorativa, dando loro la possibilità di svolgere un nuovo lavoro più adatto a valorizzare le loro competenze.



Sviluppo e networking per le donne

AB Mauri Italy SpA SB sostiene attivamente la **crescita professionale femminile**, promuovendo pari opportunità e networking. L'iniziativa **Women in ABF Italia**, avviata nel 2021, riunisce le colleghe delle diverse aziende del gruppo Associated British Foods plc in Italia (AB Mauri Italy SpA SB, Acetum Società Benefit, FYTEXIA, Twinings e Primark), favorendo la conoscenza dei diversi business e creando occasioni di formazione con il contributo di speaker esterni. Il programma promuove inoltre la partecipazione a momenti di **mentoring, ispirazione e condivisione** dei percorsi di sviluppo professionale. A partire dal 2025, gli eventi si svolgono in modalità virtuale, ampliando così le opportunità di coinvolgimento per un numero maggiore di colleghe.

Formazione su sicurezza informatica

La **sicurezza informatica** in AB Mauri Italy SpA SB è considerata una priorità al pari della salute e sicurezza e della tutela dell'ambiente, espressione di resilienza organizzativa e consapevolezza diffusa.

Per rafforzare questa cultura, l'azienda promuove campagne di **sensibilizzazione e iniziative anti-phishing**, volte a mantenere alta l'attenzione sui rischi digitali. Il **training di base** online rappresenta un passaggio fondamentale dell'onboarding dei nuovi dipendenti, garantendo che fin dal primo giorno ciascuno sia preparato ad adottare comportamenti sicuri. A completamento di questo percorso, un corso di **aggiornamento sulla cyber security** è stato recentemente rivolto a tutti gli utenti aziendali, consolidando le competenze e assicurando una protezione uniforme e costante.



GRI 404-1

GRI 404-3

Collaborazione con le università

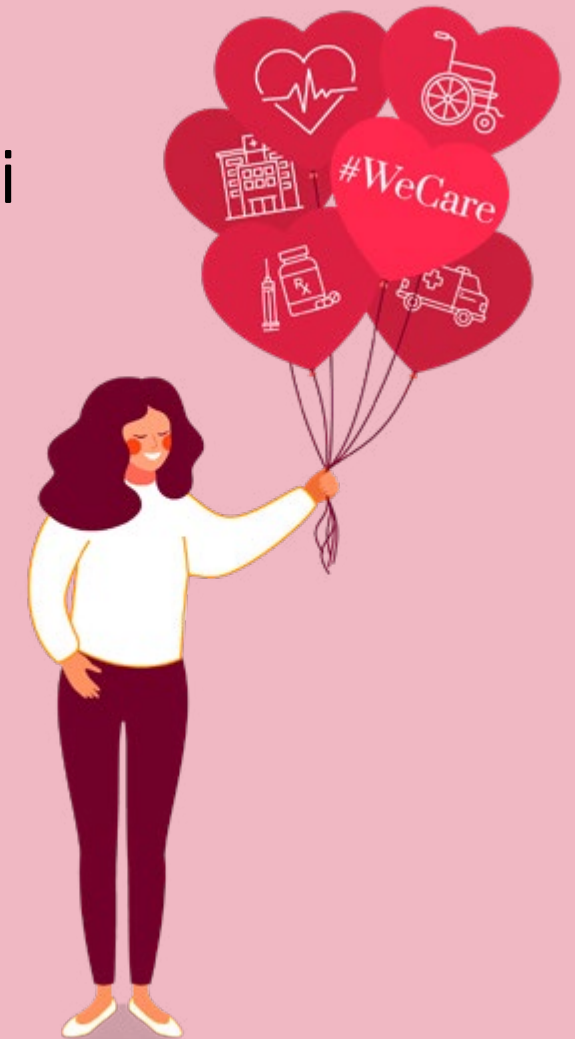
AB Mauri Italy SpA SB investe anche nella formazione delle future generazioni, con un approccio orientato alla **valorizzazione delle competenze giovanili e allo sviluppo continuo**.

Le collaborazioni con **università** come l'Università di Pavia, il Politecnico di Milano e l'Università Cattolica di Piacenza hanno portato a progetti, tirocini e assunzioni di giovani talenti. I **tirocini** e le **tesi di laurea** offrono opportunità concrete di crescita, come nel caso di studenti che hanno trasformato l'esperienza accademica in un percorso professionale stabile all'interno dell'azienda.

Le iniziative realizzate nell'ultimo anno hanno generato un totale di **1.314 ore** di formazione. Questo impegno si traduce in una media di 6 ore di formazione annua per ciascun dipendente.

Inoltre, il 100% dei quadri e dei dirigenti riceve una valutazione formalizzata delle performance e dello sviluppo individuale, a conferma dell'attenzione dell'azienda nel garantire percorsi di sviluppo professionale strutturati e condivisi. Come parte della cultura aziendale, ogni persona riceve feedback regolari sulla propria performance dal proprio manager e le opportunità di sviluppo e crescita riguardano tutti i livelli, come illustrato negli esempi precedenti di formazione e riqualificazione interna.

L'azienda considera la crescita professionale e personale dei dipendenti un investimento strategico, capace di generare valore sia per le persone sia per l'organizzazione.



2.3 Sviluppo e valorizzazione dei territori

La valorizzazione dei territori in cui l'azienda opera, tramite la condivisione con le persone, le culture e le comunità, anche lontane, che entrano in contatto con AB Mauri Italy SpA SB, delle competenze e dei valori legati alle produzioni della società, attraverso iniziative educative, di coinvolgimento e di ascolto.



Risultato 2024/2025	98.489€ ⁷	3.360 ⁸
	Ricavi generati dalla partecipazione ad iniziative di beneficenza	Panettoni e colombe devoluti in beneficenza
Obiettivi 2025/2026	Mantenimento	Mantenimento

7 Totale dei ricavi generati dalla partecipazione alla Fiera di Casteggio e alla donazione di lieviti da ricorrenza dal 2022.

8 Totale di panettoni e colombe devoluti in beneficenza dal 2022.



AB Mauri Italy SpA SB si distingue per l'impegno costante nel creare valore per le **comunità locali** in cui opera. L'azienda mantiene un forte legame con il territorio, partecipando attivamente a iniziative come la Fiera di Casteggio e organizzando attività educative e di sensibilizzazione per le scuole sui temi della sicurezza alimentare e della sostenibilità. Inoltre, l'apertura degli stabilimenti alla comunità locale testimonia

la volontà di condividere conoscenze e competenze, rafforzando il dialogo e la vicinanza con le persone. Attraverso queste iniziative, AB Mauri Italy SpA SB contribuisce a rafforzare il legame con il territorio, a valorizzare le persone e a costruire un futuro più sostenibile. Di seguito vengono presentate tali attività suddivise per tipologia, così da evidenziare in modo chiaro le diverse aree di intervento.

Sostegno alle comunità locali

• Fiere di Casteggio

Dal 2022 AB Mauri Italy SpA SB partecipa alle Fiere di Casteggio (PV) con **Scrocchiarella®**, uno dei prodotti più rappresentativi della gamma. I dipendenti, su base volontaria, collaborano alla preparazione e vendita del prodotto finito. L'intero ricavato viene devoluto a realtà locali come il Reparto di Oncoematologia Pediatrica dell'Ospedale S. Matteo di Pavia, l'Istituto Comprensivo di Casteggio e il Comitato locale della Croce Rossa Italiana. Nel periodo 2022-2025, la partecipazione di AB Mauri Italy SpA SB alle Fiere di Casteggio ha permesso di raccogliere complessivamente **31.020 euro**.

	2022	2023	2024	2025
N. fiere	2	3	2	3
Volontari dipendenti	21	43	32	36
Volontari familiari	0	4	4	3
Ricavato	5.710,00 €	9.139,00 €	7.922,00 €	8.249,00 €





- **Donazione di lievitati da ricorrenza**

Dal 2022 AB Mauri Italy SpA SB realizza migliaia di **lievitati da ricorrenza**, unendo materie prime di qualità alla professionalità dei propri Pastry Chef, per sostenere organizzazioni no profit locali che condividono gli stessi valori di inclusione e sostegno alle comunità.

Nel 2023 l'azienda ha compiuto un ulteriore passo, ideando una confezione speciale per il **Panettone di Natale**. La scatola, arricchita da immagini e messaggi dedicati all'inclusione e alla diversità, è diventata un vero e proprio veicolo di sensibilizzazione. Non si è trattato soltanto di un imballaggio, ma di un simbolo dell'impegno di AB Mauri Italy SpA SB nel promuovere un mondo più aperto e accogliente.

Il messaggio è stato amplificato anche all'interno dell'azienda: le stesse grafiche sono state utilizzate per decorare gli alberi di Natale negli uffici e negli stabilimenti e sono state condivise con tutti i dipendenti, che hanno potuto portarle nelle proprie case. In questo modo, l'iniziativa ha superato i confini aziendali, diffondendo un invito collettivo ad abbracciare la diversità e a promuovere l'inclusione nelle comunità di appartenenza.

Dal 2022, l'iniziativa ha generato un ricavato pari a **67.200 euro**, equivalente alla vendita di **3.360 panettoni e colombe**, interamente destinati al sostegno delle organizzazioni no profit locali.

Rigenerazione degli spazi e buon vicinato

- **Riqualificazione delle aree industriali**

Dal 2024 AB Mauri Italy SpA SB ha trasformato **aree attigue ai siti produttivi** di Cologne (BS) e Casteggio (PV) in **spazi verdi**. L'iniziativa ha migliorato l'estetica dei luoghi e la qualità della vita dei dipendenti e delle comunità locali, restituendo valore e vitalità al territorio.

- **Essere un Buon Vicino (BAGN)**

AB Mauri Italy SpA SB considera l'“Essere un Buon Vicino” un principio fondamentale per costruire relazioni solide con le comunità in cui opera. Dal 2019 è attivo nei siti italiani il programma **BAGN (Being A Good Neighbour)**. Questo strumento favorisce un dialogo costante e la gestione immediata di eventuali segnalazioni, rafforzando la fiducia reciproca e l'allineamento tra gli interessi aziendali e quelli delle comunità locali.



Educazione e formazione

AB Mauri Italy SpA SB attribuisce grande importanza alla diffusione di conoscenze e competenze tra le nuove generazioni, con l'obiettivo di promuovere pratiche alimentari sicure e consapevoli e di favorire una comprensione più profonda dell'importanza della sicurezza alimentare nella vita quotidiana.

- **Educazione alla sicurezza alimentare**

Dal 2022, in occasione della Giornata Mondiale della Sicurezza Alimentare e della Giornata Mondiale dell'Ambiente, AB Mauri Italy SpA SB organizza masterclass rivolte agli studenti delle scuole locali. In tre anni sono stati coinvolti oltre 1.000 bambini e ragazzi. I disegni realizzati dagli studenti sono stati utilizzati per decorare il refettorio dell'Istituto Comprensivo di Casteggio, le pareti esterne del sito produttivo di Casteggio e per realizzare una mostra permanente in un parco pubblico di Palazzolo sull'Oglio (BS). Nel 2024, lo stesso istituto ha vinto il concorso “L'ambiente che vorrei” promosso da ATS Pavia, anche grazie alle attività svolte con AB Mauri Italy SpA SB.

- **Educazione all'economia circolare**

Nel 2023 AB Mauri Italy SpA SB ha organizzato masterclass presso gli istituti di Casteggio e Torrazza Coste (PV), coinvolgendo oltre 100 studenti. Le lezioni hanno approfondito il ciclo produttivo del lievito e i principi dell'economia circolare, di cui lo stabilimento di Casteggio rappresenta un esempio concreto.



- **Formazione dei futuri professionisti**

Dal 2019 AB Mauri Italy SpA SB collabora con l'Istituto di Arte Bianca Cillario Ferrero di Neive, accogliendo ogni anno gli studenti delle classi IV in visita al sito di Casteggio e organizzando masterclass sulle tecniche di lavorazione dei lievitati. Dal 2023 l'azienda dona mensilmente 10 kg di lievito fresco all'istituto per le attività di laboratorio.

Nel 2024 AB Mauri Italy SpA SB ha inoltre supportato studenti dell'Istituto Galileo Galilei di Voghera (PV) nel progetto nazionale "Certificazione delle competenze di cittadinanza per lo sviluppo sostenibile", offrendo sessioni formative e interviste con figure aziendali.

Apertura verso il territorio

- **Visite guidate e dialogo con la comunità**

A maggio 2024, in occasione del festival nazionale "Voghera Fotografia", AB Mauri Italy SpA SB ha aperto le porte dello stabilimento di Casteggio. La visita ha permesso ai cittadini di conoscere da vicino il processo di produzione del lievito, comprendere il valore generato dall'economia circolare e scoprire le iniziative che l'azienda promuove a sostegno delle persone e del territorio.

Attraverso queste iniziative, AB Mauri Italy SpA SB contribuisce a rafforzare il legame con il territorio, a valorizzare le persone e a costruire un futuro più sostenibile.



2.4 Creazione di valore lungo tutta la filiera

L'impegno a creare valore lungo tutta la filiera in collaborazione con partners commerciali che ne condividano valori ed obiettivi di sostenibilità.



Risultato
2024/2025

100%

74%

53⁹

Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a screening utilizzando criteri ambientali e sociali

Proporzione di spesa verso i fornitori locali

Eventi tenuti alla fiera di settore SIGEP

Obiettivi
2025/2026

Mantenimento

Mantenimento

Miglioramento

⁹ Nell'ultimo triennio, sono stati condotti 53 eventi giornalieri tra cui: showcooking, eventi dedicati alla Pasticceria, alla condivisione dei valori ESG con partner AB Mauri, alla Sostenibilità Ambientale, alla presentazione di storie di successo Diversity & Inclusion.

La creazione di valore economico

Il **Valore Economico Generato** esprime la capacità dell’impresa di creare valore attraverso le proprie attività operative. Questo indicatore riflette non solo la solidità economica dell’organizzazione, ma anche il suo ruolo di motore di sviluppo per la collettività, poiché il valore prodotto viene redistribuito tra i diversi stakeholder. La rilevazione del Valore Economico Generato consente di evidenziare l’impatto diretto dell’impresa sul tessuto economico e sociale, rafforzando trasparenza e responsabilità verso i portatori di interesse.

Il **Valore Economico Non Distribuito** rappresenta invece le risorse che l’impresa conserva per consolidare la propria stabilità e sostenere nuovi investimenti. Tale rilevazione mette in evidenza la capacità

dell’organizzazione di assicurare continuità, innovazione e resilienza nel tempo.

Gli **investimenti nella comunità** rappresentano spese effettive sostenute dall’impresa nel periodo di rendicontazione che comprendono **donazioni volontarie** e contributi destinati a **iniziative sociali, culturali e infrastrutturali** a beneficio di soggetti esterni all’organizzazione.

Il risultato è in miglioramento rispetto all’esercizio precedente, evidenziando la continuità della capacità dell’azienda di generare e distribuire ricchezza, a beneficio dei propri stakeholder. Il risultato ottenuto verrà reinvestito nell’attività aziendale, anche contribuendo al continuo perseguimento degli obiettivi di beneficio comune.

GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	UdM	2023/2024	2024/2025
Valore economico diretto generato	Mln €	137.5	136.4
- Valore della produzione	Mln €	137.5	136.4
Valore economico distribuito	Mln €	136.1	132.9
- Costi operativi	Mln €	118.3	114.1
- Retribuzioni e benefit verso i dipendenti	Mln €	16.3	17.6
- Remunerazione fornitori di capitale	Mln €	1.4	1.1
- Investimenti verso la comunità	Mln €	0.1	0.1
Valore economico non distribuito (Risultato prima delle imposte)			
(Valore economico generato - Valore economico distribuito)	Mln €	1.5	3.5



La gestione sostenibile della catena di fornitura

AB Mauri Italy SpA SB riconosce il ruolo strategico della propria **filiera** come leva fondamentale per generare valore condiviso, promuovendo pratiche responsabili e sostenibili in ogni fase del processo di approvvigionamento. L'ufficio acquisti si rifornisce esclusivamente da **fornitori verificati, validati e formalmente approvati**, garantendo non solo la qualità e la sicurezza dei materiali impiegati, ma anche il rispetto di criteri etici, sociali e ambientali.

Nel tempo, il processo di selezione dei fornitori si è evoluto: da una valutazione inizialmente centrata su aspetti qualitativi ed economici, si è passati a un sistema integrato che incorpora **parametri di sostenibilità e responsabilità sociale**. Oggi ogni decisione di approvvigionamento è guidata da una **visione olistica** che considera l'impatto complessivo lungo tutta la catena del valore.

La selezione e il mantenimento dei fornitori si basano sulla sottoscrizione del **Codice di Condotta di Associated British Foods plc** fondato sui principi dell'Ethical Trading Initiative (ETI) e dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO). Il Codice impone il rispetto delle normative locali, il divieto assoluto di lavoro minorile e forzato, la tolleranza zero verso la corruzione e l'adozione di politiche ambientali coerenti con gli standard internazionali. L'**obbligo di adesione** è formalizzato nei contratti e nei

termini di acquisto, a testimonianza dell'impegno strutturale verso una filiera trasparente e responsabile. In caso di realtà aziendali già dotate di propri codici etici, questi possono essere accettati se pienamente assimilabili agli standard ABF.

La conformità al Codice di Condotta è formalmente integrata nei contratti e nei termini di acquisto del Gruppo ABF, ed è esplicitamente richiamata anche nelle condizioni generali di acquisto, a testimonianza dell'impegno strutturale verso una filiera trasparente e responsabile.

Per la creazione di nuove partnership, AB Mauri Italy SpA SB ha introdotto dal 2024 un **questionario di autovalutazione** più dettagliato, che raccoglie informazioni su ambiente, salute e sicurezza, diritti umani e disponibilità di certificazioni (come SEDEX) o audit ambientali e sociali, rafforzando ulteriormente il presidio sui temi ESG.

Negli ultimi anni, il team di approvvigionamento ha affrontato con determinazione le **sfide globali emergenti**, tra cui l'adeguamento ai requisiti della nuova normativa europea sulla deforestazione (EUDR), che impone tracciabilità e responsabilità nella provenienza delle materie prime. Parallelamente, sono stati avviati progetti di economia circolare con partner nazionali, con l'obiettivo di valorizzare risorse locali e ridurre l'impatto ambientale lungo tutta la catena di fornitura.

Nel periodo di rendicontazione in oggetto, il **100%¹⁰ dei nuovi fornitori è stato sottoposto a screening sia ambientale che sociale**, confermando l'integrazione sistemica di questi criteri nei processi di approvvigionamento. Questo risultato testimonia la solidità del sistema di valutazione adottato e la coerenza con gli obiettivi ESG aziendali.

Attraverso questi strumenti e pratiche, AB Mauri Italy SpA SB consolida il proprio impegno verso una filiera che non solo garantisce qualità e sicurezza, ma che contribuisce attivamente alla costruzione di un sistema alimentare più equo, sostenibile e resiliente.

Tale impegno si riflette anche nelle scelte di approvvigionamento, con il **74% della spesa complessiva destinato a fornitori locali**. AB Mauri Italy SpA SB definisce "*locali*" i fornitori italiani, una scelta che riflette la volontà di sostenere l'industria nazionale e di valorizzare materie prime reperite sul territorio, anche quando non facilmente disponibili o concentrate in pochi stabilimenti.

Operando in aree prive di un tessuto industriale esteso, l'azienda si orienta necessariamente al mercato nazionale, privilegiando partner italiani per garantire continuità, flessibilità e relazioni di lungo periodo. Questa impostazione conferma l'approccio

¹⁰ Nel FY24/25, sono stati valutati nove nuovi fornitori: sei hanno sottoscritto il Codice di Condotta ABF, mentre tre hanno presentato propri Codici Etici, pienamente allineati con gli standard del Gruppo e quindi accettati.

di AB Mauri Italy SpA SB a **privilegiare la filiera italiana anche a fronte di alternative estere più economiche**, integrando considerazioni etiche, di sostenibilità e di economia circolare nelle proprie decisioni di approvvigionamento.

La visione di AB Mauri Italy SpA SB Italia sulla gestione sostenibile della filiera si riflette anche nelle **iniziative** di coinvolgimento con partner e stakeholder, volte a valorizzare la **cultura alimentare italiana** e a diffondere **pratiche responsabili** lungo tutta la catena del valore.



Ispirare l'industria e condividere i valori AB Mauri Italy SpA SB

Creare valore a monte e a valle

A partire dal 2023, AB Mauri Italy SpA SB ha introdotto un approccio innovativo alla **partecipazione a fiere ed eventi**, trasformando questi momenti in occasioni di dialogo e confronto sui temi ESG. Durante **SIGEP**, manifestazione internazionale del settore Foodservice che nel 2025 ha registrato oltre 205.000 visitatori da 160 paesi, l'azienda ha organizzato un calendario di **eventi giornalieri aperti a partner e visitatori**, dedicati a tematiche di sostenibilità e responsabilità sociale. Tra gli argomenti affrontati: la produzione del lievito e lo stabilimento di Casteggio (PV) come esempio di economia circolare, l'uso responsabile delle risorse naturali, iniziative di inclusione sociale attraverso il sostegno a realtà che impiegano persone con disabilità, pratiche di upcycling dei partner commerciali, oltre a interventi accademici e showcooking con chef di panificazione, pizzeria e pasticceria. Questa iniziativa rafforza il legame tra AB Mauri Italy SpA SB e la propria filiera, mostrando come l'azienda non si limiti a presentare prodotti, ma si ponga come **punto di riferimento** per il settore, guidando e ispirando l'industria verso modelli più sostenibili.

AB Mauri Italy SpA SB investe nella crescita delle competenze e nella valorizzazione delle **professionalità** che animano il settore della ristorazione, contribuendo così a rafforzare l'intera filiera e a renderla più innovativa e resiliente. L'azienda collabora attivamente con la **Federazione Italiana Cuochi** e con l'**Accademia Pizzaioli**, sostenendo **programmi di aggiornamento e formazione** che ogni anno coinvolgono oltre 1.000 pizzaioli. Questi professionisti, grazie al percorso di riqualificazione, diventano ambasciatori delle tradizioni culinarie italiane e promotori di pratiche di qualità e sostenibilità, portando avanti la missione di preservare e diffondere la cultura alimentare italiana. Parallelamente, AB Mauri Italy SpA SB garantisce il trasferimento di competenze anche nelle **scuole di panificazione**, contribuendo alla formazione delle **nuove generazioni**. Un esempio significativo è rappresentato dall'Istituto di Arte Bianca Cillario Ferrero di Neive, dove centinaia di studenti acquisiscono ogni anno conoscenze tecniche e professionali grazie alla formazione diretta degli chef AB Mauri Italy SpA SB.

	SIGEP 2023	SIGEP 2024	SIGEP 2025
Showcooking	5	4	14
Eventi dedicati alla Pasticceria	5	2	3
Eventi per condividere valori ESG con partner AB Mauri	5	6	2
Eventi dedicati alla Sostenibilità Ambientale	2	2	0
Eventi per presentare storie di successo Diversity & Inclusion	1	1	1
	18	15	20

Attraverso l'utilizzo di ingredienti selezionati e la creazione di ricette autentiche, gli studenti vengono accompagnati in un percorso che unisce tradizione e innovazione, preparandoli a eccellere nel loro campo.



2.5 Evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti

L'impegno ad attuare una evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.



Risultato 2024/2025	-15% ¹¹	+75%
	Percentuale di riduzione delle emissioni specifiche di GHG - Green House Gases	Percentuale dei materiali d'ingresso rinnovabili utilizzati ¹²
Obiettivi 2025/2026	Miglioramento	Mantenimento

¹¹ Variazione percentuale tra il 2023 e il 2025. Maggiori specifiche nella sezione successiva riguardante le emissioni di gas climalteranti.

¹² Percentuale di materiali utilizzati derivanti da risorse abbondanti che si ricostituiscono rapidamente tramite cicli ecologici o processi. Maggiori specifiche nella sezione successiva riguardante la gestione delle materie prime.

La gestione degli impatti ambientali

La tutela dell'ambiente rappresenta per AB Mauri Italy SpA SB una priorità strategica e un impegno quotidiano. L'azienda opera con l'obiettivo di ridurre in modo significativo il proprio impatto ambientale, adottando pratiche di **economia circolare** e investendo in **soluzioni tecnologiche** che migliorano l'efficienza energetica e riducono le emissioni di gas serra. Attraverso interventi mirati negli stabilimenti, AB Mauri Italy SpA SB dimostra un approccio concreto e innovativo alla **mitigazione del cambiamento climatico**. La gestione responsabile delle **risorse naturali**, unita alla scelta di **packaging** più sostenibile e alla collaborazione con fornitori e partner che condividono gli stessi valori, rafforza ulteriormente la capacità dell'azienda di generare valore lungo tutta la catena del Bakery.

Le azioni intraprese si inseriscono in un percorso di lungo termine orientato alla **neutralità climatica**, in linea con gli obiettivi europei e internazionali. In questo modo, AB Mauri Italy SpA SB non solo riduce sprechi e consumi, ma contribuisce attivamente alla protezione della biodiversità e alla costruzione di un modello produttivo rigenerativo, capace di coniugare eccellenza alimentare e responsabilità ambientale. La gestione degli impatti ambientali di AB Mauri Italy SpA SB si fonda su un sistema strutturato di **raccolta e controllo dei dati**. Ogni unità produttiva compila regolarmente, su base mensile, i propri

indicatori ambientali - volumi di produzione, consumi energetici, utilizzo delle acque, rifiuti e packaging - all'interno del database centralizzato **Green House Gas Environmental Reporting**, condiviso a livello di gruppo.

I dati così raccolti vengono validati a più livelli: inseriti dai responsabili di processo, verificati dalla funzione finanziaria locale, analizzati dalla sede centrale di AB Mauri in UK e infine consolidati dalla capogruppo **ABF**, che li integra nei Sustainability Report. L'intero processo è sottoposto ad audit interni ed esterni, garantendo **trasparenza, affidabilità e coerenza** con gli standard internazionali.

Questa infrastruttura di reporting rappresenta il punto di partenza per tutte le strategie ambientali dell'azienda, consentendo di monitorare con precisione le performance, individuare aree di miglioramento e orientare gli investimenti verso la riduzione di consumi, emissioni e rifiuti, in linea con l'obiettivo di lungo termine della **neutralità climatica**.

Il modello circolare

AB Mauri Italy SpA SB applica un modello circolare per la massima valorizzazione agroalimentare e l'ottimizzazione energetica dei propri cicli produttivi, facendo leva sulle tecnologie innovative e la naturalità delle produzioni della filiera.

La **produzione del lievito** rappresenta un esempio concreto di economia circolare: il processo di coltura utilizza come principale substrato il **melasso**, co-prodotto naturale della lavorazione dello zucchero, ricco di vitamine e oligominerali. In questo

terreno, arricchito da acqua e ossigeno, le cellule di lievito crescono e si moltiplicano in modo esponenziale. Una volta privato del contenuto zuccherino, il melasso viene ulteriormente valorizzato per ottenere **ammendanti naturali** e **mangimi** destinati alla nutrizione animale, chiudendo così il ciclo virtuoso. In questo modo, gli scarti naturali di un processo diventano materie prime per altri, generando benefici ambientali ed economici e rafforzando la sostenibilità complessiva della filiera.



Le emissioni di gas climalteranti

AB Mauri Italy SpA SB ha avviato un percorso strutturato di transizione verso un'economia a zero emissioni, con l'obiettivo di evolvere il proprio modello industriale in linea con i principi della sostenibilità ambientale. Questo impegno si traduce in azioni concrete e misurabili, che hanno già prodotto risultati significativi.

Nel sito produttivo di **Casteggio**, che rappresenta il **98% delle emissioni di CO₂ legate alle operazioni italiane** dell'azienda, le **emissioni specifiche di gas serra (Scope 1 e Scope 2)** sono diminuite del **13% tra il 2023 e il 2024¹³**, e di un ulteriore **2% tra il 2024 e il 2025**. Questi risultati confermano l'efficacia della strategia di decarbonizzazione avviata dall'azienda e costituiscono la base per il raggiungimento dell'obiettivo del Gruppo di riduzione complessiva del 33% delle emissioni tra il 2020 ed il 2028.

La riduzione delle emissioni è guidata da una strategia pluriennale articolata su **tre pilastri principali**, che rappresentano la prima fase della roadmap ambientale:

- **Efficienza energetica:** miglioramento dei processi produttivi e riduzione dei consumi attraverso soluzioni tecnologiche avanzate e interventi di ottimizzazione.

¹³ Il dato è calcolato sulla base delle emissioni totali verificate tramite il sistema interno di reporting GHG, consolidato dalla capogruppo ABF, e normalizzato rispetto alla produzione di lievito (espressa in tonnellate al 30% di sostanza secca, Y30). Il sito di Cologne è escluso da questo perimetro.

- **Rinnovabili in sito:** utilizzo di fonti energetiche rinnovabili prodotte direttamente nello stabilimento, per ridurre la dipendenza da energia esterna e abbattere le emissioni.
- **Adeguamento della generazione di energia:** evoluzione dei sistemi di cogenerazione e produzione interna, per renderli più flessibili ed efficienti rispetto ai nuovi fabbisogni energetici.

A supporto di questi tre pilastri, AB Mauri Italy SpA SB ha avviato diversi interventi di rilievo concentrati principalmente sul sito di Casteggio, il più energivoro del Gruppo. Tra il 2023 e il 2025 sono stati destinati investimenti significativi finalizzati alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni.

Tra i principali interventi completati negli ultimi anni o in fase di realizzazione si annoverano:

- Installazione di nuovi blowers nel processo di fermentazione, con un dimezzamento del consumo elettrico rispetto alla situazione ante-intervento.
- Avvio di circa 15 progetti di efficientamento energetico di diversi processi sistemi dello stabilimento, per un investimento complessivo di oltre 3 milioni di euro.
- Utilizzo del biogas autoprodotta per la generazione di calore di processo.
- Installazione di impianti fotovoltaici sui tetti degli stabilimenti: ad esempio, il 20% del fabbisogno energetico del sito produttivo di bakery

ingredients di Cologne è generato da 576 pannelli fotovoltaici.

- Realizzazione di un nuovo sistema di generatori di vapore ad altissima efficienza e ottimizzazione delle reti di distribuzione del vapore.
- Recupero di calore dagli impianti di produzione del lievito inattivo.
- Introduzione di un sistema avanzato di deumidificazione dell'aria di processo degli essiccatori per il lievito.
- Intervento sull'impianto di cogenerazione, reso più flessibile ed efficiente per assecondare meglio i mutati fabbisogni energetici di stabilimento che vanno continuamente riducendosi, anche grazie agli interventi di miglioramento descritti.

Dal 2023, il sito di Casteggio ha inoltre certificato il proprio **sistema di gestione dell'energia secondo lo standard ISO 50001**, che prevede formazione specifica del personale, procedure dedicate e monitoraggio continuo dei parametri energetici. Attualmente vengono monitorati **23 KPI energetici**, aggiornati mensilmente, che attestano il miglioramento delle performance e la progressiva riduzione delle emissioni.

Parallelamente alle azioni sugli Scope 1 e 2, AB Mauri Italy SpA SB monitora le emissioni indirette (**Scope 3**) e contribuisce attivamente a studi settoriali sulla Carbon Footprint europea. L'azienda partecipa alla raccolta di dati ambientali dettagliati relativi a substrati, materie prime, imballaggi e trasporti, attraverso l'associazione **Cofalec**.



La gestione delle materie prime

AB Mauri Italy SpA SB si impegna nella **gestione responsabile delle materie prime**, con particolare attenzione ai materiali impiegati per il **confezionamento** dei prodotti. L’obiettivo è ridurre progressivamente l’impatto ambientale del packaging, favorendo l’utilizzo di soluzioni più sostenibili e coerenti con le normative europee di prossima introduzione. Nell’ultimo biennio, il peso totale dei materiali utiliz-

zati è rimasto sostanzialmente stabile, con un lieve aumento dell’1,7%. L’utilizzo di materiali non rinnovabili è diminuito del 5% , accompagnato da un incremento del 4% dei **materiali rinnovabili**, che oggi rappresentano il 75% del totale. Pur registrando una lieve riduzione rispetto all’anno precedente, l’impiego di **materiali riciclati** si conferma su un livello elevato, pari al 50%.

GRI 301-1 Materiali utilizzati per peso	UdM	2023/2024	2024/2025
Peso totale dei materiali utilizzati per il confezionamento durante il periodo di rendicontazione, suddivisi in:	t	918	934
1. Materiali non rinnovabili utilizzati	t	249	237
Primari flessibili base non cellulosica (plastica...)	t	90,46	98,59
Altri imballi primari	t	126,33	106,56
Imballi secondari flessibili base non cellulosica	t	12,56	12,25
Imballi terziari flessibili	t	19,19	19,77
2. Materiali rinnovabili utilizzati	t	670	696
Primari base cellulosica	t	251,07	256,82
Incarti secondari base cellulosica	t	49,64	56,91
Imballi rigidi secondari base cellulosica	t	368,93	382,60
Percentuale dei materiali d’ingresso rinnovabili utilizzati	%	73%	75%

GRI 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	UdM	2023/2024	2024/2025
Percentuale dei materiali d’ingresso riciclati utilizzati per il confezionamento	%	51%	50%
Totale dei materiali d’ingresso riciclati ¹⁴ utilizzati	t	466,95	463,10

Presso lo stabilimento di **Casteggio** è stata condotta un’**analisi approfondita sui consumi di packaging** e sul relativo impatto ambientale. L’indagine ha previsto la **categorizzazione degli imballaggi** in funzione della famiglia di prodotto, del tipo di materiale e della sua riciclabilità, con l’obiettivo di ottenere una visione chiara dell’**environmental footprint** e di individuare le tipologie più critiche dal punto di vista della sostenibilità. L’analisi ha permesso di quantificare l’**impatto** complessivo degli imballaggi utilizzati, evidenziando quali materiali contribuiscono maggiormente alla produzione di rifiuti e al consumo di risorse. Alcuni tipi di packaging sono stati identificati come particolarmente problematici, sia per la difficoltà di riciclo, sia per l’elevato impatto ambientale legato alla loro produzione e smaltimento. A partire da questi risultati, AB Mauri Italy SpA SB ha avviato una ricerca mirata di **nuovi materiali per il packaging**, con l’obiettivo di individuare soluzioni

che garantiscano le necessarie proprietà tecniche di barriera – fondamentali per la sicurezza alimentare e la conservazione dei prodotti – ma che siano al contempo più sostenibili e riciclabili. L’attenzione è rivolta in particolare agli imballaggi individuati come più critici, per i quali si stanno valutando alternative innovative in collaborazione con i fornitori. Questa iniziativa rappresenta un passo concreto verso una maggiore responsabilità ambientale e una produzione più sostenibile. Grazie all’analisi dettagliata e all’impegno nella ricerca di nuovi materiali, AB Mauri Italy SpA SB si prepara a rispondere in modo efficace alle future normative europee, riducendo l’impatto ambientale del packaging e confermando la volontà di essere protagonista nel percorso verso la sostenibilità nel settore alimentare.

14 Si considerano come riciclati nel computo tutti quei materiali con una frazione in massa non trascurabile di materiale riciclato al loro interno.



La tutela delle risorse idriche

La gestione responsabile delle **risorse idriche** rappresenta un elemento centrale del percorso di sostenibilità di AB Mauri Italy SpA SB. I consumi e gli utilizzi idrici sono monitorati con attenzione ed il ciclo idrico dello stabilimento di Casteggio, dove viene impiegata la quasi totalità dell'acqua per AB Mauri in Italia, ha beneficiato di **investimenti significativi**, volti a ottimizzarne l'utilizzo all'interno del ciclo produttivo e a ridurre l'impatto ambientale.

Il consumo idrico viene tracciato regolarmente attraverso il sistema interno di reporting ambientale di Gruppo, che integra i dati relativi a energia ed emissioni con sezioni dedicate alle acque. Il **monitoraggio** continuo garantisce una visione completa e aggiornata della gestione idrica e del suo contributo all'impronta ambientale complessiva.

La risorsa idrica è stata oggetto di investimenti rilevanti già a partire dal 2012, con interventi mirati a modernizzare e rendere all'avanguardia il sistema biologico di trattamento delle acque reflue presso lo stabilimento di **Casteggio**, rendendolo tra i più efficienti tra i 50 stabilimenti AB Mauri nel mondo.

Negli ultimi mesi, lo stabilimento di Casteggio ha visto ulteriori interventi di miglioramento, come l'entrata in funzione di un nuovo serbatoio interno di stoccaggio, dotato di pompe, strumentazione e quadro elettrico rinnovati per rendere la distribuzione dell'acqua più efficiente e affidabile nei diversi reparti produttivi.

Gli interventi realizzati rafforzano un approccio orientato all'utilizzo esclusivo delle risorse idriche realmente necessarie ai processi, contribuendo alla riduzione degli sprechi e al consolidamento di una gestione sempre più sostenibile.





Capitolo 3

Lettera di chiusura

Durante questo esercizio, abbiamo continuato a investire nella riduzione dell'impatto ambientale degli impianti, a creare occasioni di condivisione dei nostri valori con tutti gli stakeholder e a rafforzare il sistema di controllo aziendale. Siamo molto soddisfatti di tutti gli obiettivi che abbiamo raggiunto quest'anno, ma sappiamo anche che siamo solo all'inizio del nostro percorso.



I nostri **obiettivi per l'anno prossimo** continuano a concentrarsi nelle seguenti aree:

- **La riduzione dell'impatto ambientale**, attraverso la diminuzione del consumo energetico, delle emissioni e dei rifiuti, e sull'implementazione di pratiche di economia circolare attraverso la scelta di packaging sostenibile e la promozione di partnership responsabili;
- L'investimento continuo nella **formazione e nella crescita professionale dei nostri dipendenti**, creando un ambiente di lavoro inclusivo e stimolante, dove ciascuno può esprimere al meglio il proprio potenziale. Continueranno ad essere promosse iniziative volte a valorizzare la diversità come elemento chiave per l'innovazione e il successo aziendale;
- La **generazione di valore economico e sociale** nei territori in cui operiamo, sostenendo attivamente le comunità locali. Attraverso partnership e progetti dedicati, vogliamo contribuire a migliorare la qualità dell'occupazione e fornire alle nuove generazioni conoscenze e valori che favoriscono una cultura dell'inclusione e della sostenibilità.

Guardando al futuro, ci proponiamo di raggiungere la neutralità climatica (Net zero carbon emissions), in linea con gli obiettivi europei e internazionali. La trasparenza e la rendicontazione verso gli stakeholder continueranno ad essere rafforzate attraverso le relazioni di impatto, consolidando la reputazione aziendale.

Infine, aspiriamo a diventare un punto di riferimento per la sostenibilità nel settore bakery, contribuendo attivamente agli obiettivi di sviluppo sostenibile e promuovendo una crescita responsabile e duratura, abbracciando sempre di più il concetto della creazione di valore condiviso.



Capitolo 4

Nota metodologica



Per garantire la trasparenza richiesta dalla normativa (L. 28 dicembre 2015, n. 208, commi 383-384), le **Società Benefit** sono tenute a predisporre una Relazione di Impatto da allegare al bilancio societario. Tale documento deve includere:

- la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni intraprese dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune, nonché delle eventuali circostanze che ne abbiano ostacolato o rallentato l'attuazione;
- la valutazione dell'impatto generato, effettuata attraverso l'utilizzo di uno standard di misurazione esterno;
- una sezione dedicata ai nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La presente **Relazione di Impatto** rappresenta il **primo documento** redatto da AB Mauri Italy SpA SB a seguito dell'ottenimento della qualifica di Società Benefit nel 2024.

Lo standard di valutazione esterno adottato da AB Mauri Italy SpA SB è costituito dai *GRI Sustainability Reporting Standards* del **Global Reporting Initiative (GRI)**, conformi ai requisiti previsti dalla L. 208/2015 (cfr. Allegato 4). Gli standard GRI sono stati applicati con modalità *"with reference to"*.

La Relazione copre il periodo compreso tra il 1° settembre 2024 e il 31 agosto 2025, coincidente con l'esercizio del Bilancio Finanziario. L'azienda prevede di pubblicare il report con cadenza annuale.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce ad **AB Mauri S.p.A. Italy Società Benefit** e comprende:

- **Sede legale:**
 - Via Milano, 42 - 27045 Casteggio (PV)
- **Sedi operative:**
 - Via Milano, 42 - 27045 Casteggio (PV)
 - Via S. Pietro, 19 - 25033 Cologno (BS)

Le entità incluse nella Relazione coincidono con quelle riportate nel **Bilancio Finanziario**.

Poiché si tratta della **prima pubblicazione**, non sono state apportate modifiche o revisioni ai dati. Inoltre, il documento non è sottoposto ad **assurance esterna**.

Capitolo 5

GRI Content Index

Dichiarazione d’uso	AB Mauri Italy SpA SB ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° settembre 2024 - 31 agosto 2025 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Chi siamo
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell’organizzazione	4. Nota metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	4. Nota metodologica
	2-4 Revisione delle informazioni	4. Nota metodologica
	2-5 Assurance esterna	4. Nota metodologica

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO
GRI 2: Informativa generale 2021	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Chi siamo
	2-7 Dipendenti	2.1 Valorizzazione delle persone
	2-8 Lavoratori non dipendenti	2.1 Valorizzazione delle persone
	2-9 Struttura e composizione della governance	1.1 Chi siamo
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.1 Chi siamo
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	1.1 Chi siamo
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1.1 Chi siamo
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.1 Chi siamo
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	1.1 Chi siamo
	2-15 Conflitti d’interesse	1.1 Chi siamo
	2-16 Comunicazione delle criticità	1.1 Chi siamo
	2-17 Competenze collettive del massimo organo di governo	2.2. Sviluppo delle competenze personali e professionali
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	1.1 Chi siamo
	2-19 Politiche retributive	1.1 Chi siamo
	2-20 Processo di determinazione della retribuzione	1.1 Chi siamo
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO
GRI 2: Informativa generale 2021	2-23 Impegni assunti tramite policy	1.1 Chi siamo
	2-25 Processi volti a rimediare agli impatti negativi	1.1 Chi siamo
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	1.1 Chi siamo
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	1.1 Chi siamo
	2-28 Adesione ad associazioni	<ul style="list-style-type: none"> Assitol in Italia Cofalec a livello europeo
	2-30 Contratti collettivi	2.1 Valorizzazione delle persone
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	2.4. Creazione di valore lungo tutta la filiera
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	2.4. Creazione di valore lungo tutta la filiera
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	1.1 Chi siamo
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	2.5. Evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	2.5. Evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni
GRI 305: Emissioni 2016	305-5 Riduzione delle emissioni	2.5. Evoluzione del modello di business verso un'economia a zero emissioni

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	CAPITOLO
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	2.4. Creazione di valore lungo tutta la filiera
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	2.1 Valorizzazione delle persone
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.1 Valorizzazione delle persone
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.2. Sviluppo delle competenze personali e professionali
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.1 Valorizzazione delle persone
	403-9 Infortuni sul lavoro	2.1 Valorizzazione delle persone
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	2.2. Sviluppo delle competenze personali e professionali
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	2.2. Sviluppo delle competenze personali e professionali
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.1 Valorizzazione delle persone
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	2.4. Creazione di valore lungo tutta la filiera
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	1.1 Chi siamo
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	1.1 Chi siamo



AB | MAURI

