

DALLA RICERCA

**ESI**

SENTIRSI BENE È NATURALE

# REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2023

Dalla ricerca per il benessere naturale,  
il nostro impegno per un futuro migliore

# Indice

<b>Lettera agli stakeholder</b>	<b>4</b>
<b>Key numbers</b>	<b>6</b>
<b>La nostra storia</b>	<b>8</b>
ESI: una storia di successo	10
Salute e benessere alla base del nostro business	12
La relazione con clienti e fornitori	16
I clienti: nostri partner strategici	16
I consumatori: una relazione basata sulla comunicazione	17
I fornitori: affidabilità e qualità al primo posto	18
.....	
<b>La sostenibilità in ESI</b>	<b>20</b>
L'approccio aziendale alla sostenibilità	22
Analisi di materialità e stakeholder engagement	30
.....	
<b>La nostra governance</b>	<b>38</b>
La nostra struttura organizzativa	44
Performance economico - finanziarie	46
Il valore economico generato e distribuito	47
La qualità e la sicurezza alimentare	48
Certificazioni e riconoscimenti	50
La trasparenza come principio cardine	52
Ricerca, sviluppo e innovazione: i nostri asset strategici	54



<b>La crescita inizia dalle persone</b>	<b>56</b>
La composizione dell'organico	62
Diversità e inclusione	64
Il benessere delle nostre persone al primo posto	66
Sviluppo delle competenze e valorizzazione delle risorse	68
La valutazione dei dipendenti per un efficace piano di crescita	69
La salute e la sicurezza dei dipendenti tra le nostre priorità	70
Il legame con il territorio e la comunità	72
.....	
<b>Il nostro impegno per l'ambiente</b>	<b>74</b>
I nostri interventi per la riduzione dei consumi energetici	80
Azioni concrete per ridurre la nostra impronta di CO2	82
Una gestione efficiente delle risorse	84
L'utilizzo delle risorse idriche	84
L'impiego e la selezione delle materie prime	85
La scelta del packaging e la gestione dei rifiuti	86
.....	
<b>Nota metodologica</b>	<b>88</b>
Il perimetro di rendicontazione	88
Il documento	89
I riferimenti utilizzati	89
Indicatori GRI	90
GRI content index	96

# Lettera agli stakeholder

GRI 2-22

*Ci impegniamo a trasformare la forza della natura in benessere quotidiano attraverso continua innovazione e alta qualità.*

Cari stakeholder,

con grande entusiasmo presentiamo il nostro **secondo Report di Sostenibilità**.

Questo documento per noi non è solo la rendicontazione delle attività intraprese in ambito ambientale, sociale e di governance nell'ultimo anno, ma rappresenta uno strumento di trasparenza e comunicazione in cui raccontiamo chi siamo, cosa stiamo realizzando e cosa ci spinge verso obiettivi anche ambiziosi.

Siamo una società con una posizione consolidata nel settore fitoterapico: la costante passione per la salute e la ricerca dell'eccellenza ci consentono di **offrire prodotti di alta qualità e soluzioni naturali per il benessere**.

Come parte di Sodalis Group, siamo impegnati in un ambizioso piano strategico di sostenibilità che prevede la realizzazione di progetti significativi che ci consentiranno di implementare azioni concrete ed efficaci nelle tre aree della sostenibilità (ambiente, sociale, governance).

**Lo sviluppo sostenibile è per sua definizione il diritto a vivere, produrre e consumare liberamente senza compromettere il diritto delle future generazioni a vivere, consumare e produrre allo stesso modo.**

Abbiamo fatto nostro questo importantissimo concetto e abbiamo deciso di assumere un ruolo attivo, indirizzato alla salvaguardia dell'ambiente e alla riduzione dell'uso di materiali inquinanti come, ad esempio, la plastica.

Siamo orgogliosi del lavoro svolto in questo anno e degli importanti traguardi raggiunti.



Nel 2023 il nostro **organico è cresciuto del 5%** rispetto al 2022, con un **aumento di dipendenti con età inferiore ai 30 anni**. Abbiamo investito nella crescita professionale e sulla formazione al fine di valorizzare competenze e talenti, **incrementando notevolmente le ore di formazione**.

Con l'obiettivo di garantire i livelli raggiunti in termini di qualità e sicurezza, abbiamo implementato il **Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare, certificato secondo la norma UNI EN ISO 22000:2018**.

Abbiamo mantenuto il nostro **impegno verso il territorio e la comunità**: promuoviamo e sponsorizziamo associazioni e fondazioni, e supportiamo eventi culturali e sociali attraverso la donazione di nostri prodotti.

Per il 2023 ci eravamo posti **diversi obiettivi in ambito ambientale**, che siamo **orgogliosi di aver raggiunto**: abbiamo realizzato lo **studio di Carbon Footprint di Organizzazione**, verificato nel 2024<sup>1</sup>, anno in cui intendiamo formalizzare un piano di mitigazione; abbiamo, inoltre, installato un **impianto fotovoltaico**, attualmente in funzione, sul tetto dello stabilimento di produzione.

La **sostenibilità** è un principio cardine della nostra realtà, è una **responsabilità condivisa** in grado di rafforzare la crescita del nostro business in termini di riconoscibilità del marchio, reputazione del brand, creazione di valore nel lungo periodo.

Siamo consapevoli di quanto sia impegnativo il percorso verso una piena integrazione della sostenibilità, ma siamo certi che **insieme alle nostre persone riusciremo a raggiungere traguardi importanti**, a beneficio della nostra crescita e per le generazioni future.

## Buona lettura

**Fabio Granata**

Presidente Consiglio di Amministrazione

1. Si precisa che l'anno di redazione del presente documento è il 2024.

# Key numbers



49

anni di storia



54

paesi serviti



60€ mln

ricavi netti 2023



2

laboratori interni



1

sede con uffici e  
impianto produttivo



120

dipendenti



12

nuovi prodotti  
lanciati nel 2023

# La nostra **storia**



# ESI: una storia di successo

*Dal 1975 operiamo nel settore dei prodotti fitoterapici, dietetici e degli alimenti naturali.*

*La forza dei nostri prodotti ha radici profonde; una storia che ha reso possibile il riconoscimento da parte del consumatore finale di prodotti di qualità.*



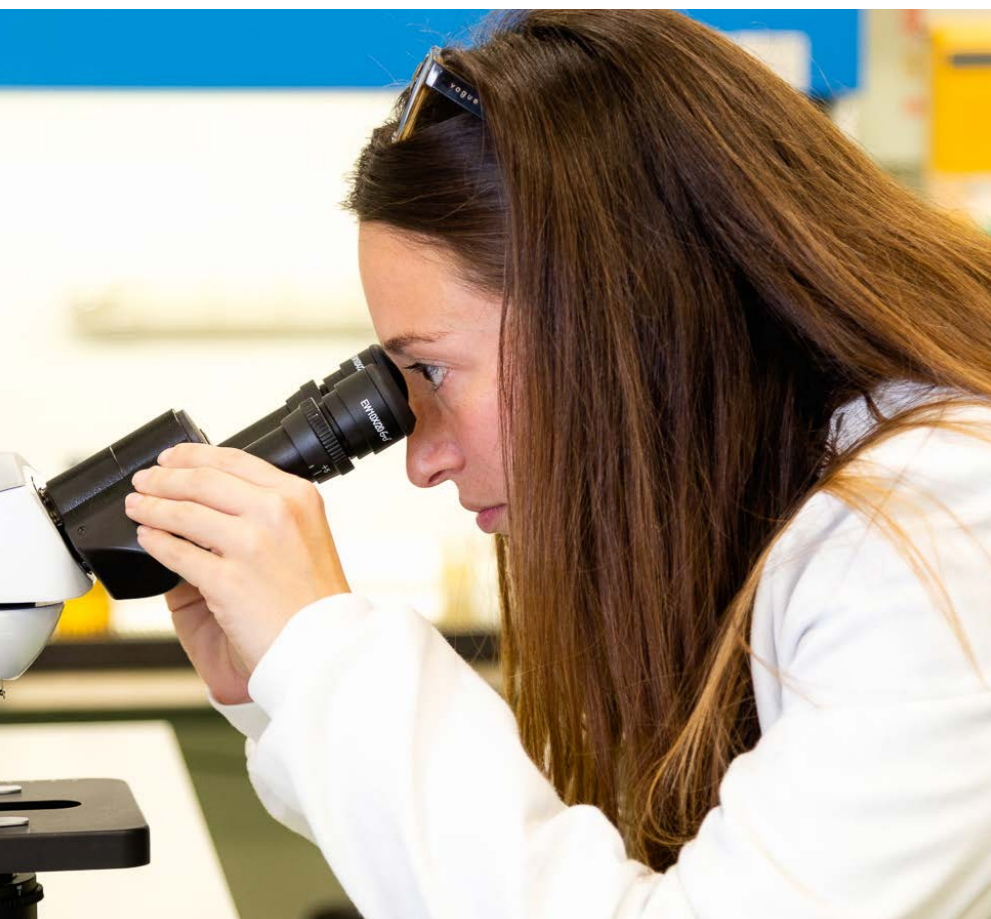
## LINEA DEL TEMPO



## Salute e benessere alla base del nostro business

GRI 2-6

*I nostri prodotti sono riconosciuti per qualità, sicurezza ed efficacia. Il nostro obiettivo è soddisfare i bisogni di salute e benessere delle persone.*



Siamo tra i principali produttori di integratori alimentari, medicinali e cosmetici in Italia.

**La nostra distribuzione avviene principalmente presso farmacie, parafarmacie ed erboristerie: in questo modo rafforziamo il rapporto di fiducia con i consumatori.**

## I pilastri di ESI

### RICERCA

Avanguardia nello sviluppo dei prodotti grazie all'attività di ricerca svolta con università e centri di ricerca nazionali e internazionali.

### SELEZIONE

Una selezione severa e un accurato controllo delle materie prime hanno reso possibile il nostro posizionamento tra le prime aziende produttrici nel settore dei prodotti naturali, consentendoci di essere oggi la società italiana di integratori più distribuita in Italia.

### PRODUZIONE

Siamo una delle poche aziende a disporre di un laboratorio R&D interno e che produce internamente i prodotti. L'utilizzo di impianti di produzione e di controllo di ultima generazione garantisce una produzione in linea con i più alti livelli qualitativi.

### QUALITÀ

La qualità della progettazione, produzione e commercializzazione dei prodotti è garantita dal Sistema di Gestione della Qualità certificato secondo la norma UNI ISO 9001:2015.

### INTERNAZIONALITÀ

I nostri prodotti sono presenti in oltre 50 Paesi europei ed extraeuropei. Tutti i prodotti provenienti dal sito produttivo di Albissola Marina subiscono severi controlli analitici che attestano la corrispondenza dei parametri qualitativi agli standard fissati dalle varie direttive nazionali e internazionali.

# Le categorie di prodotto

Operiamo nel **settore fitoterapico e nutraceutico**. La fitoterapia è una pratica medica basata sull'uso delle piante medicinali (erbe) al fine di prevenire, alleviare o trattare una varietà di disturbi e condizioni di salute. La nutraceutica è una disciplina che si concentra sull'uso di sostanze alimentari o integratori alimentari per fornire nutrizione di base e apportare benefici alla salute umana.

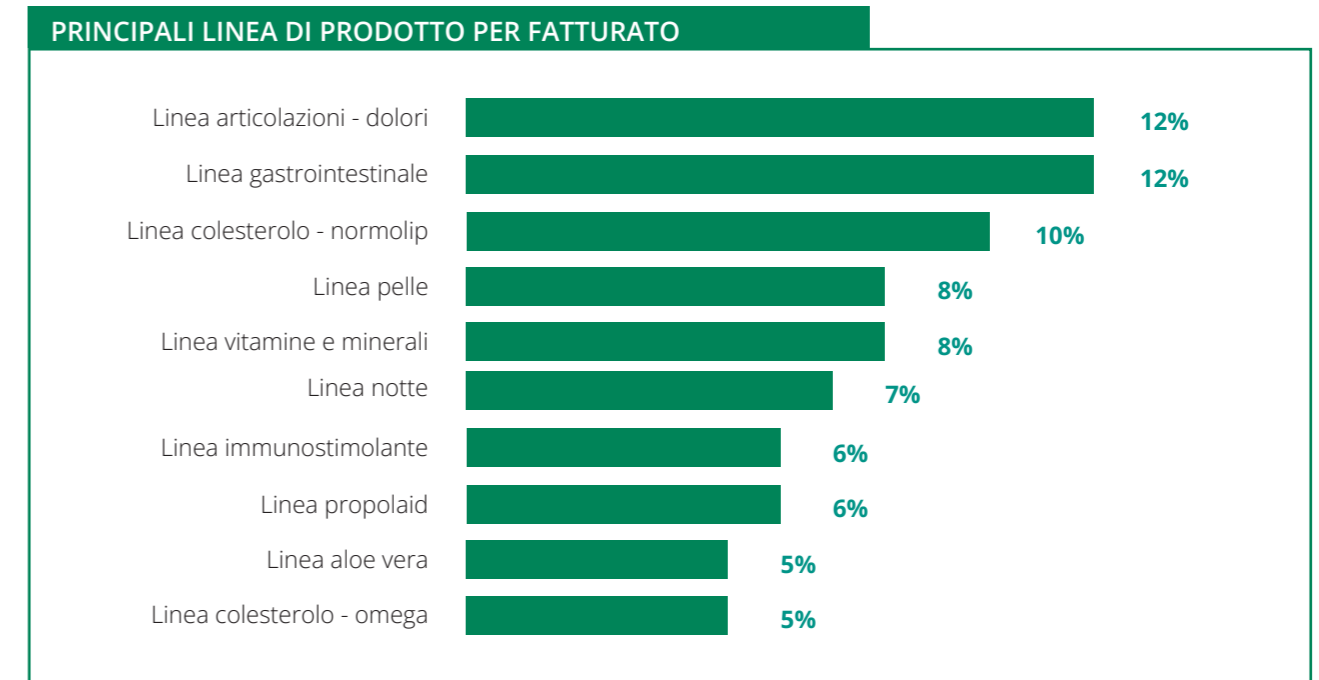
In ESI **sviluppiamo e produciamo internamente integratori alimentari** in forma di compresse, opercoli, perle e preparazioni in forma liquida, **cosmetici a base naturale e dispositivi medici**.



## Le nostre linee di prodotto

- Linea gastrointestinale
- Linea articolazioni
- Linea notte
- Linea colesterolo - Normolip
- Linea colesterolo - Omega
- Linea energy
- Linea vitamine e minerali
- Linea aloe vera
- Linea tea tree remedy
- Linea dimagranti
- Linea diuretici
- Linea gambe
- Linea occhi

- Linea pelle
- Linea tricologica
- Linea immunostimolante
- Linea propolaid
- Linea Echinad
- Linea benessere donna
- Linea Biocollagenix
- Linea dolcificanti
- Linea erbe erborium
- Linea igiene orale
- Linea saponi di marsiaglia
- Linea tosse





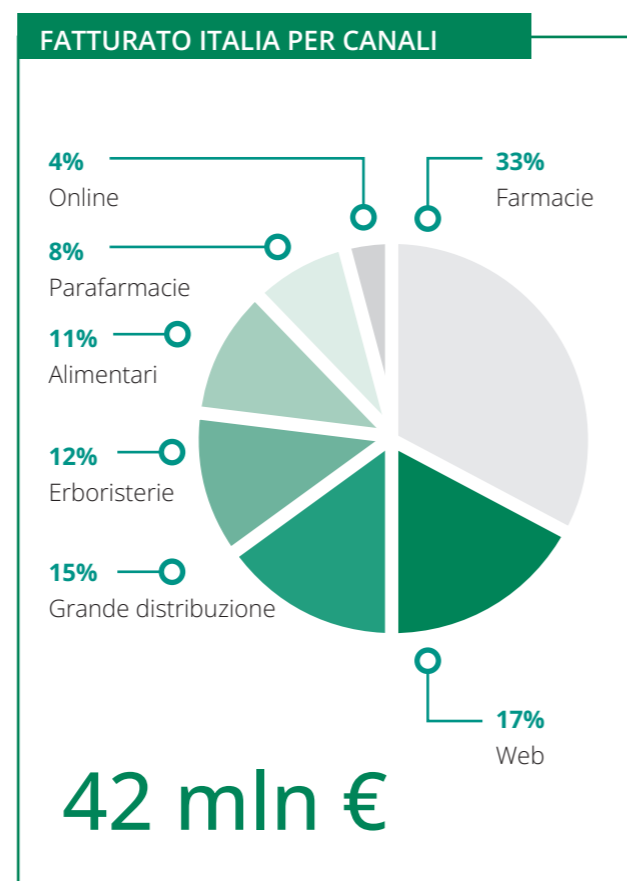
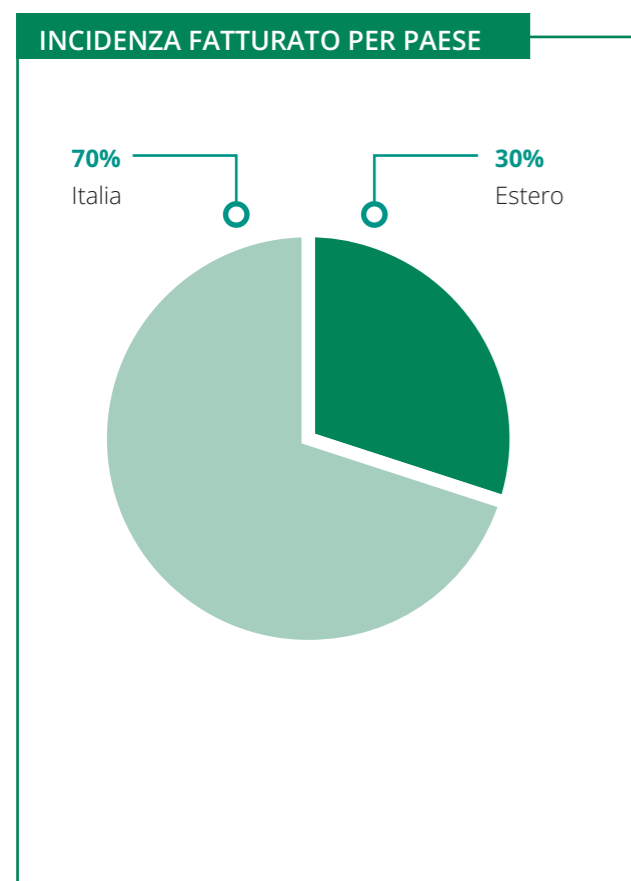
# La relazione con clienti e fornitori

GRI 2-6 | GRI 204-1

## I clienti: nostri partner strategici

Il 70% del nostro fatturato proviene dal mercato italiano, mentre il restante 30% deriva dai mercati esteri. All'interno della quota di fatturato estero, la **Spagna** rappresenta il Paese più proficuo, contribuendo al **30% del fatturato, seguito da Serbia e Libano**.

In **Italia** il nostro fatturato è rappresentato principalmente dalle **farmacie (c.a. 33%)**, dal **web (c.a. 17%)**, dalla **grande distribuzione (c.a. 15%)**, dalle **erboristerie (c.a. 12%)**, dagli **alimentari (c.a. 11%)**, dalle **parafarmacie (c.a. 8%)**, e infine dai **canali online (c.a. 4%)**.



*L'internazionalità di ESI è dimostrata dalla vendita dei prodotti in oltre 50 Paesi europei ed extraeuropei.*

## I consumatori: una relazione basata sulla comunicazione

I clienti diretti (farmacie, parafarmacie ed erboristerie) possono segnalare eventuali difformità nel servizio che viene gestito dall'Ufficio Ordini.

È stato introdotto un sistema di gestione dei reclami; quelli inerenti al servizio di trasporto e consegna sono gestiti dall'Ufficio vendite, mentre eventuali reclami sui prodotti sono gestiti dal customer service.

Il reclamo relativo al prodotto è registrato dal customer service utilizzando un apposito programma che consente di tenere traccia di ciascuna segnalazione. Il reclamo è poi inoltrato al personale responsabile del Controllo Qualità e del laboratorio, il quale provvede a verificare i contro-campioni, a rispondere al customer service e a intraprendere un'eventuale azione correttiva.

Infine, il customer service provvede a formulare la risposta al cliente e, se necessario, a sostituire il prodotto segnalato.

Il consumatore che sceglie prodotti naturali ricerca e si affida **alla qualità e all'origine degli ingredienti**, elementi fortemente riconosciuti al marchio ESI.

Con l'obiettivo di garantire l'ascolto e un intervento immediato, abbiamo istituito un **canale di comunicazione**, sia telefonico sia via e-mail, **dedicato ai nostri consumatori**. In questo modo è possibile segnalare eventuali reclami o non conformità sui prodotti, porre domande, esprimere dubbi o richiedere informazioni su eventuali effetti collaterali legati a un prodotto specifico.

In maniera indiretta sensibilizziamo e coinvolgiamo i nostri consumatori attraverso la sezione del nostro sito internet **"ESI informa"**, in cui condividiamo diversi articoli informativi relativi all'alimentazione, al benessere e alla bellezza naturale, alla salute, alle modalità per migliorare la qualità della nostra vita, mettendo a disposizione il nostro team di esperti. Per noi è **importante creare una comunità consapevole e accrescere il benessere** dei nostri consumatori.

## I fornitori: affidabilità e qualità al primo posto

La catena di fornitura delle erbe e degli estratti è essenziale per la produzione di prodotti fitoterapici. La raccolta, la coltivazione e la produzione devono essere gestite con attenzione al fine di garantire l'alta qualità dei prodotti.

All'interno della **Procedura di Gestione dei fornitori** abbiamo dettagliato le attività per la selezione, valutazione, monitoraggio e rivalutazione dei fornitori di prodotti e servizi aventi influenza sulla realizzazione del prodotto e sul prodotto stesso. **Le prestazioni dei fornitori sono monitorate attraverso un controllo sistematico delle forniture e l'elaborazione periodica delle non conformità**, allo scopo di intraprendere eventuali azioni correttive. Ogni fornitore è sottoposto ad **un'attenta attività di selezione e controllo**.

### Risultati raggiunti nel 2023

Nell'ottica di una maggiore attenzione alla sicurezza alimentare, dal 2023 ci impegniamo a **prediligere fornitori certificati con schema riconosciuto GFSI (Global Food Safety Initiative)**.

Lo scopo della certificazione GFSI è stabilire uno standard di sicurezza alimentare globale per consentire alle aziende di vendere alimenti più sicuri nei loro mercati. Il GFSI deve soddisfare le condizioni di base per approvare uno standard. Tra gli standard di sicurezza alimentare approvati da GFSI rientrano ad esempio BRC, IFS, SQF, FSSC 22000.

**Al 2023 abbiamo 25 fornitori di materie prime - circa il 40% - in possesso di una certificazione riconosciuta dal GFSI (es. FSCC 22000).**

Per coloro che non sono certificati GFSI abbiamo effettuato una valutazione del rischio fornitori da cui non sono emerse particolari criticità essendo valutati tutti con rischio basso.

Al fine di escludere il rischio di commercializzare prodotti non conformi all'obiettivo **"deforestazione zero"**, secondo il Regolamento 1115/2023 dell'Unione europea, e per ottemperare al principio di "dovuta diligenza", nel corso del 2023 abbiamo richiesto un'autodichiarazione ai nostri fornitori in cui validano che il materiale acquisito - per tutte le referenze fornite - rispetti i seguenti principi:

- sia a deforestazione zero;
- sia prodotto nel rispetto della legislazione pertinente del Paese di produzione;
- sia eventualmente oggetto di una dichiarazione di "dovuta diligenza".

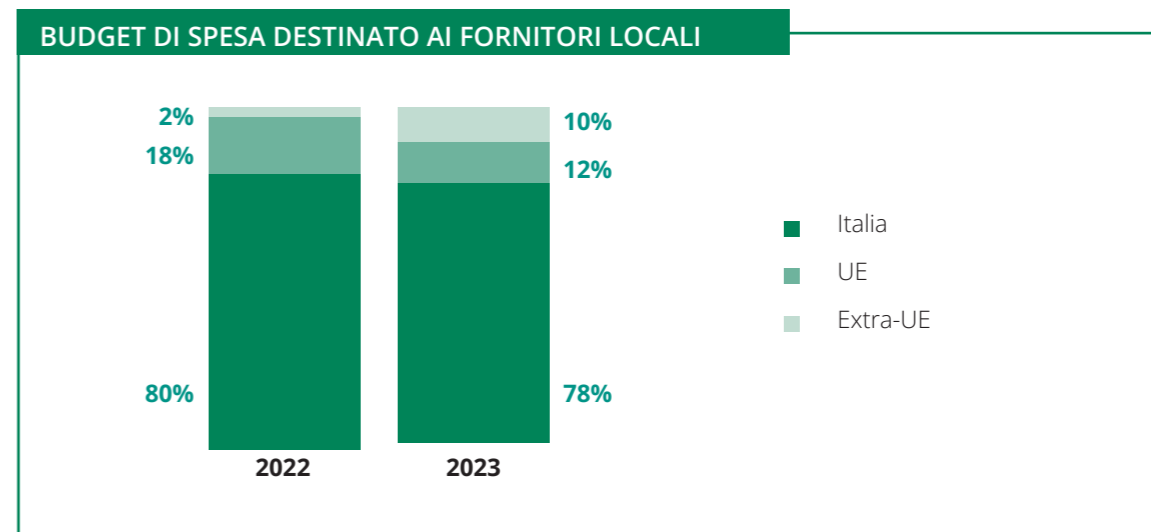
La vasta tipologia di materie prime di cui ci approvvigioniamo comporta la presenza di un ampio numero di fornitori sul territorio nazionale e internazionale.

La quota principale della spesa di approvvigionamento nel 2023 è stata destinata alle materie prime e al materiale per il confezionamento.

**Nel 2023 abbiamo registrato un budget di spesa per i fornitori pari a € 20.872.868,3. La quota di approvvigionamento sul territorio nazionale è stata pari al 78% del totale della spesa, la restante parte è distribuita sul territorio UE ed Extra-UE<sup>2</sup>.**

Nel 2023 abbiamo registrato un incremento di spesa verso fornitori basati fuori dai confini europei conseguente all'aumento dei volumi di vendita di alcuni prodotti, come caramelle e cosmetici, le cui materie prime vengono principalmente dalla Corea.

La posizione geografica, ove possibile, resta una componente fondamentale nella valutazione dei fornitori: ci consente di ottimizzare i costi di trasporto e spedizione, limitando l'impatto delle forniture in termini di trasporti.



2. A valle del progetto di reporting di Sodalís Group, la metodologia di calcolo dell'indicatore è stata revisionata, in coerenza con il sistema di monitoraggio impiegato dal Gruppo. Pertanto, i dati presentati fanno riferimento ai fornitori di materie prime, packaging e prodotti finiti. La definizione di "locale" è riferibile alla nazione Italia.

# La sostenibilità **in ESI**

# L'approccio aziendale alla sostenibilità

GRI 2-22

## Vision

Il percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso si fonda su due elementi che riteniamo essenziali ai fini di una creazione di valore nel lungo periodo: **impegno** e **trasparenza**.

Il nostro approccio ci consente di realizzare una **strategia virtuosa misurabile, verificabile, concreta**. In linea con questa visione, nel 2023 è cominciato un percorso strutturato e concreto che, in maniera sempre più sinergica

con Sodalis Group, delinea il nostro contributo alla strategia di sostenibilità di Gruppo.

Il nostro approccio alla sostenibilità riflette l'**Action Plan strutturato da Sodalis Group**: un Piano Strategico di Sostenibilità mediante il quale sono state identificate le azioni concrete da implementare in ambito ambientale, sociale e di governance, individuate attraverso l'analisi di materialità<sup>3</sup>.



# 2023

1

Group ESG assessment

2

Carbon Footprint

3

Sustainability Report

4

Materiality assessment  
Stakeholder engagement

5






Group ESG Action Plan

# 2024















3. Nell'identificare le tematiche ESG risultate rilevanti per Esi è stata considerata anche la loro connessione con gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs), definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Con l'impegno di agire su questi temi, cercheremo di contribuire - nella misura possibile - al raggiungimento delle sfide globali in ambito di sostenibilità. La correlazione è frutto di un'analisi degli indicatori GRI, rendicontati nel presente documento, e degli obiettivi definiti rapportati agli SDGs e ai target secondo il framework Linking the SDGs and the GRI Standards.







# GOVERNANCE

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
<b>HONESTY</b> Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili	2° Report di Sostenibilità	370 stakeholder coinvolti nell'analisi di materialità Analisi delle aspettative degli stakeholder e <b>recepimento nell'ESG Action Plan</b>	2024 - 2026 <b>Analisi di doppia materialità e mappatura IRO</b> Formalizzazione del <b>Sustainability Champions Team</b> e di meccanismi di MBO sugli obiettivi ESG dell'Action Plan <b>Adesione al Codice etico di Gruppo</b>	
<b>EVOLUTION</b> Investire in progetti di ricerca e sviluppo	1 brevetto registrato	100% Categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza	2024 - 2026 <b>Investimenti in R&amp;D</b> focalizzati sul <b>miglioramento del profilo di sostenibilità</b> dei prodotti su formulazioni e packaging	
<b>SATISFACTION</b> Attuare strategie di comunicazione efficaci	Monitoraggio e analisi costante della <b>customer satisfaction</b>	<b>Iniziative di engagement</b> 114 consumatori coinvolti	2024 - 2026 <b>Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG</b> all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo <b>Aumento della riconoscibilità del marchio</b>	
<b>RECIPROCITY</b> Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato	Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico - qualitativi Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare, certificato secondo la norma UNI EN ISO 22000:2018	78% budget di spesa destinato a fornitori nazionali	2025 - 2026 Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso <b>rating ESG verificati</b> <b>Adesione al Codice di condotta di Gruppo</b>	
<b>CLARITY</b> Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi	Comunicazione chiara e incisiva	Per tutti i prodotti in etichetta sono riportati contenuto, indicazioni d'uso e modalità di smaltimento	2024 - 2026 <b>Rafforzare una cultura aziendale informata</b> per una comunicazione efficace sugli impatto socio-ambientali	

# SOCIAL

Pillar	Dove siamo		Target futuri		Anno target	SDGs
<b>EMPATHY</b> <i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i>	<b>92%</b> dipendenti con contratto full-time	<b>8%</b> dei dipendenti nel 2023 con contratti part-time  Specifico piano welfare e portale aziendale dedicato ai dipendenti	<b>Potenziamento della comunicazione corporate interna</b>	Per la creazione di un clima positivo basato sul coinvolgimento dei dipendenti	2024	  
<b>EQUALITY</b> <i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>	<b>63%</b> dipendenti nella fascia di età 30-50 anni	<b>90%</b> Rapporto medio della retribuzione donna-uomo	<b>Creazione di un sistema di gestione della parità di genere</b>	Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso	2025	  
<b>GROWTH</b> <i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>	<b>+7%</b> turnover positivo (8 assunzioni)	<b>+5%</b> dipendenti rispetto al 2022	<b>Erogazione attività di formazione ESG ai dipendenti</b>	Per promuovere un senso di consapevolezza e responsabilità sull'impatto socio-ambientale delle attività	2024 - 2026	   
<b>MOTIVATION</b> <i>Attrarre e trattenere talenti</i>	Partecipazione a <b>congressi</b> del nostro settore ed <b>eventi</b> aziendali		<b>Sodalis ambassadors program</b>	<b>Partnership con università</b>	2024 - 2026	   

# ENVIRONMENT

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
<p><b>PLANNING</b> <i>Contrastare il cambiamento climatico</i></p>	<p><b>Analisi di Carbon Footprint</b></p> <p>932t CO<sub>2</sub> evitate nel biennio grazie all'utilizzo di energia rinnovabile</p>	<p><b>Buone pratiche</b> volte a favorire un minor impatto ambientale derivante dall'energia impiegata</p>	<p><b>Group carbon management</b></p> <p>Costruzione dell'inventario di Scope 3, studio delle emissioni di GHG al fine di implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni</p>	<p>2025</p> 
<p><b>CARE</b> <i>Valorizzare la risorsa idrica</i></p>	<p><b>-25% consumi di acqua</b></p>	<p>Valutazione dell'implementazione di un sistema di recupero acque da sistema di depurazione</p>	<p><b>Group water footprint</b></p> <p>Misureremo il nostro impatto idrico al fine di intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua</p>	<p>2025</p> 
<p><b>RATIONALIZATION</b> <i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i></p>	<p><b>100%</b> Energia elettrica da fonte rinnovabile</p>	<p><b>Analisi dei consumi</b> energetici e interventi mirati a ridurre e ottimizzare i consumi</p>	<p><b>Group energy analysis</b></p> <p>Per approfondire il consumo energetico per le realtà produttive, così da poter individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio</p>	<p>2025</p> 
<p><b>RECYCLING</b> <i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i></p> <p><b>OPTIMIZATION</b> <i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i></p>	<p><b>-2%</b> Rifiuti prodotti</p> <p>Realizzazione di studi finalizzati all'utilizzo e all'<b>ottimizzazione del packaging</b></p>	<p>Alternative a <b>minor impatto</b> nelle linee di prodotto (MPS)</p>	<p><b>Life cycle assessment (LCA)</b></p> <p>Per comprendere le performance ambientali di ogni ciclo produttivo in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni</p>	<p>2024 - 2026</p> 

# Analisi di materialità e stakeholder engagement

GRI 2-29 | GRI 3-1 | GRI 3-2

Consideriamo costantemente le preoccupazioni dei nostri stakeholder: ci impegniamo a mantenere con loro un dialogo collaborativo e trasparente. Il coinvolgimento e il confronto con gli stakeholder (*stakeholder engagement*) è molto

importante per comprendere aspettative, interessi e valutazioni. **Ci interfacciamo in maniera attenta e positiva con i nostri stakeholder** al fine di avere un riscontro costruttivo sulla conduzione del business.

Nella tabella che segue sono elencate le principali categorie di stakeholder con cui ci interfacciamo; per ognuna di esse sono indicate le modalità di coinvolgimento ad oggi adottate e l'interesse su cui si fonda la relazione.

<b>COMUNITÀ FINANZIARIA</b> Istituti bancari Soci ed azionisti 	<b>RISORSE UMANE</b> Dipendenti Collaboratori Management Sindacati 	<b>PARTNER &amp; FORNITORI</b> Fornitori di beni Fornitori di servizi Partner commerciali 	<b>CLIENTI</b> Farmacie Erboristerie Parafarmacie Distributori 	<b>PUBBLICA AMMINISTRAZIONE</b> Amministrazioni centrali e nazionali Amministrazioni locali Enti pubblici di controllo Istituzioni europee 
<b>COMUNITÀ SCIENTIFICA</b> Centri di ricerca 	<b>MEDIA</b> Giornali nazionali e locali Riviste di settore TV 	<b>ENTI DI CERTIFICAZIONE</b> Enti di certificazione 	<b>ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA</b> Associazioni di categoria 	<b>COMUNITÀ E TERRITORIO</b> Organizzazioni non profit Associazioni di consumatori 

## COMUNITÀ FINANZIARIA

Performance economica

Canali di assistenza diretta: sportelli, call center, sportello digitale, e-mail  
 Incontri sistemici-assemblea azionisti

Settimanali

## RISORSE UMANE E SINDACATI

Performance economica  
 Equilibrio vita lavoro  
 Welfare aziendale  
 Pari opportunità  
 Sviluppo di carriera e formazione

Newsletter/comunicazioni e-mail  
 Incontri di valutazione individuali  
 Eventi aziendali  
 Codice etico  
 Attività di formazione e sensibilizzazione, opportunità di crescita professionale

Ad hoc

## FORNITORI E PARTNER

Performance economica e qualità del prodotto

Incontri e comunicazioni periodici

Ad hoc

## CLIENTI

Performance economica, market share e sell out

Incontri e comunicazioni periodici  
 Servizio clienti  
 Gestione dei reclami e delle controversie

Ad hoc

## COMUNITÀ SCIENTIFICA

Innovazione e ricerca

Contrattualizzazione dei servizi

Ad hoc

## COMUNITÀ E TERRITORIO

Brand reputation  
 Sostegno economico  
 Tutela del consumatore  
 Qualità e performance del prodotto

Incontri periodici  
 Servizio clienti  
 Gestione reclami  
 E-mail

Ad hoc

## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Stringere relazioni

Incontri  
 Comunicazioni

Ad hoc

## MEDIA

Brand awareness  
 Brand reputation  
 Market share  
 Sell out

Contrattualizzazione dei servizi

Ad hoc

## ENTI DI CERTIFICAZIONE

Rispetto normativo e delle procedure  
 Qualità e performance del prodotto  
 Company&brand reputation

Audit  
 Test strumentali

Ad hoc

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Rispetto normativo

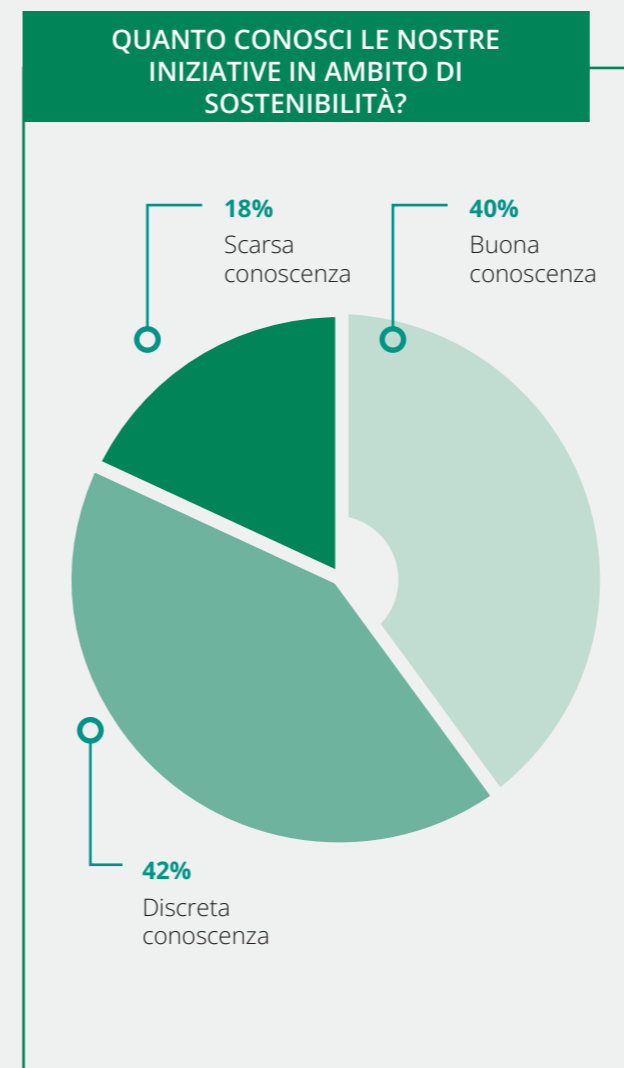
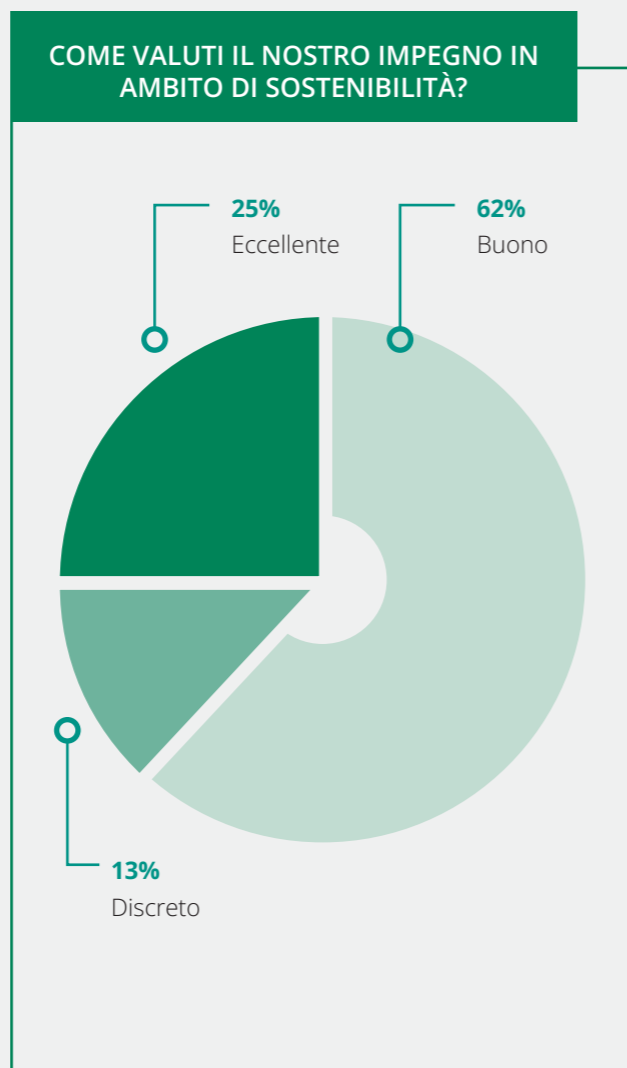
Incontri e comunicazioni periodici  
 Canali digitali/portali  
 Assistenza/comunicazioni digitali

Ad hoc/mensile



### Attività di coinvolgimento: la nostra survey ai consumatori

Nell'ambito dell'attività di stakeholder engagement, nel 2024 abbiamo svolto una **survey diretta ai consumatori** iscritti alla nostra newsletter. La survey ci ha consentito di indagare sulle percezioni dei nostri consumatori in merito al nostro impegno verso la sostenibilità, sulla conoscenza delle iniziative in ambito di sostenibilità da noi implementate, sugli aspetti ambientali e sociali da cui sono stati maggiormente colpiti e sui temi su cui vorrebbero vederci impegnati nel prossimo futuro.



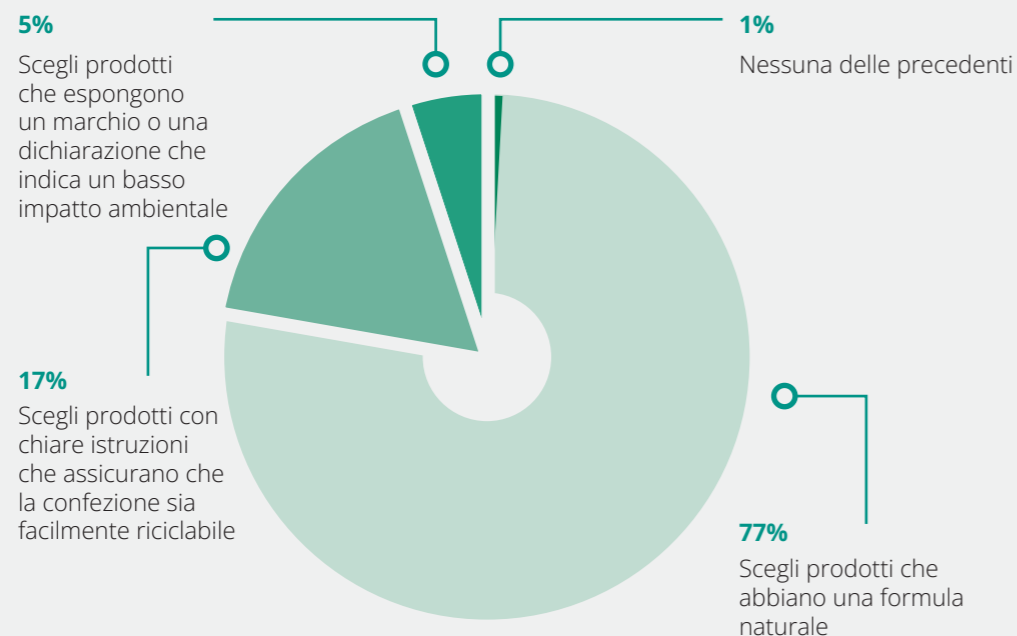
Alla survey hanno partecipato **114 consumatori**, di cui l'80% donna e con età superiore ai 45 anni. **Più del 60%** dei rispondenti ha reputato **BUONO il nostro impegno in ambito di sostenibilità** e ha una **BUONA conoscenza delle iniziative** da noi svolte.

L'83% dei rispondenti ha affermato di **apprezzare l'uso di formule naturali** nei nostri prodotti, mentre il **42% apprezza l'utilizzo di materiali riciclati e/o riciclabili nel nostro packaging**.

### TRA GLI ASPETTI AMBIENTALI E SOCIALI CHE TRATTIAMO QUALE TI HA COLPITO DI PIÙ?

- 1%** Non ne sono a conoscenza
- 10%** L'utilizzo di un linguaggio inclusivo
- 42%** L'utilizzo di materiali riciclati e/o riciclabili
- 83%** **L'uso di formule naturali**
- 18%** Il supporto ad iniziative sociali
- 3%** Nessuna delle precedenti

### QUANDO ACQUISTI COSMETICI E INTEGRATORI ALIMENTARI



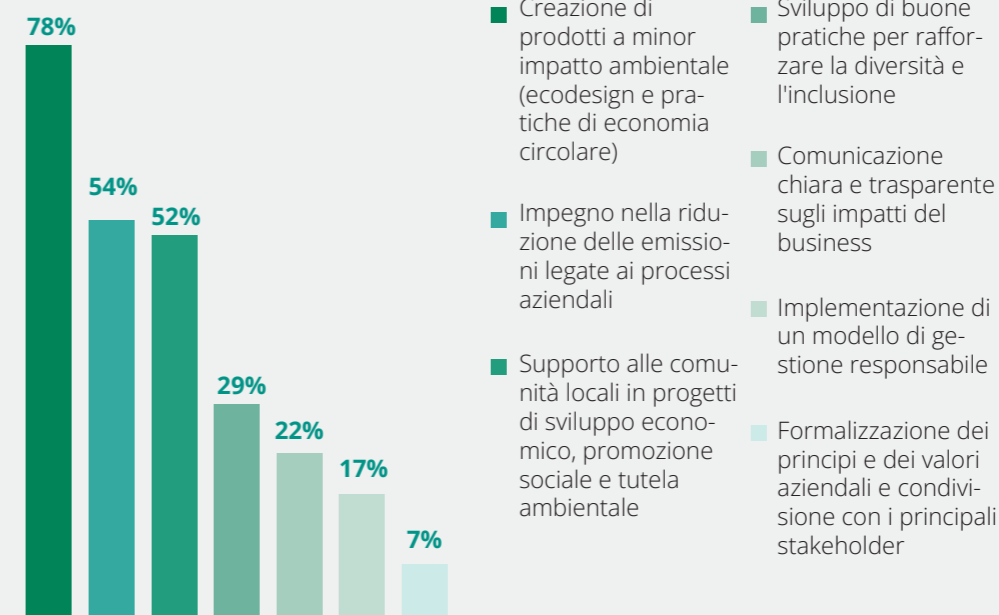
Per quanto concerne i driver che spingono all'acquisto di cosmetici e integratori alimentari, **la qualità e formule naturali** sono i principali fattori che guidano le scelte dei nostri consumatori.

Ci impegniamo a **superare le aspettative dei consumatori** creando prodotti in linea con le loro esigenze e a minor impatto ambientale, generando, al contempo, valore economico condiviso con le comunità in cui operiamo.

Abbiamo interrogato i nostri consumatori anche sulle loro aspettative così da allineare il nostro percorso alle loro attese. Il **78%** ha dichiarato che nel prossimo futuro **auspica la creazione di prodotti con un minor impatto ambientale attraverso l'adozione di pratiche di ecodesign ed economia circolare e il**

**54% vuole vederci impegnati nella riduzione delle emissioni legate ai nostri processi aziendali.** Siamo felici di constatare che i nostri consumatori hanno la nostra stessa sensibilità e attenzione e che i progetti che abbiamo deciso di intraprendere sono in linea con l'impegno che ci viene richiesto.

### ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI



# Tem materiali

## Analisi di materialità – Survey stakeholder

In considerazione della crescente consapevolezza sull'importanza di coinvolgere i portatori d'interesse nel nostro percorso di sostenibilità, nel corso del 2024 **abbiamo partecipato ad un'iniziativa strutturata di engagement con i principali interlocutori di Sodalis Group**, al fine di cogliere le percezioni inerenti ai **temi materiali** da noi identificati e indirizzare in modo coerente con i nostri obiettivi futuri le

linee strategiche del Gruppo. L'analisi ha visto l'identificazione dei temi, divisi tra materiali ed emergenti, in base alle nostre attuali capacità di presidio<sup>4</sup>. I risultati dell'analisi sono frutto del coinvolgimento di **377 partecipanti** con un **tasso di risposta del 56%**, ritenuto rappresentativo delle aspettative degli stakeholder del Gruppo. L'attività di engagement intrapresa ha consentito la rappresentazione dei risultati ottenuti nella matrice di materialità che, in veste grafica, illustra la rilevanza di ciascuna tematica da parte degli stakeholder e del Top Management e il relativo allineamento.



4. Per ulteriori dettagli sull'approccio metodologico all'analisi di materialità, si rimanda al Bilancio consolidato di Sodalis Group accessibile da questo [link](#).

GOVERNANCE	SOCIAL	ENVIRONMENT
<p><b>E1</b> Gestione energetica</p> <p><b>E2</b> Emissioni atmosferiche e cambiamento climatico</p> <p><b>E3</b> Gestione dei materiali</p> <p><b>E4</b> Gestione dei rifiuti</p> <p><b>E5</b> Acqua e stress idrico</p> <p><b>E6</b> Tutela della biodiversità</p>	<p><b>S1</b> Qualità e sicurezza dei prodotti</p> <p><b>S2</b> Acquisizione e mantenimento dei talenti</p> <p><b>S3</b> Diversità, inclusione e pari opportunità</p> <p><b>S4</b> Welfare e benessere lavorativo</p> <p><b>S5</b> Salute e sicurezza sul lavoro</p> <p><b>S6</b> Sviluppo delle competenze dei dipendenti</p> <p><b>S7</b> Relazioni col territorio e le comunità locali</p> <p><b>S8</b> Tutela dei diritti umani</p>	<p><b>G1</b> Governance responsabile</p> <p><b>G2</b> Innovazione, ricerca e sviluppo</p> <p><b>G3</b> Customer satisfaction</p> <p><b>G4</b> Trasparenza e integrità di business</p> <p><b>G5</b> Gestione della supply chain</p>

# La nostra governance



**60**€ mln

ricavi netti

**+3%**

di aumento  
net sales



**2°**

Report di  
Sostenibilità  
pubblicato

**75%**

valore economico  
generato e distribuito  
agli stakeholder

**114**

consumatori coinvolti in  
attività di engagement

**1**

cofinanziamento  
con l'Università  
degli Studi di Trieste  
di una borsa di  
Dottorato



Nuovo Sistema di  
Gestione per la  
Qualità e Sicurezza  
alimentare (SGQSA)

**1**

brevetto

# OBIETTIVI PROGRAMMATI 2022

✓ raggiunto

⋯ in corso



Sistema di gestione per la sicurezza alimentare  
UNI EN ISO 22000:2018

Obiettivo programmato:

Implementazione di un **Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare**, certificato secondo la norma UNI EN ISO 22000:2018.

*Raggiunto*

*Mantenimento della certificazione per il sistema sistema di gestione della qualità (UNI ISO 9001:2015) ed integrazione con il sistema di gestione per la sicurezza alimentare (SGQS) certificato secondo la norma UNI EN ISO 22000:2018.*



Brand identity

Obiettivo programmato:






**Aumento della riconoscibilità del marchio** e consolidamento dell'immagine della Società sul mercato. I consumatori conoscono i prodotti ma non il marchio e la realtà che c'è alle spalle; il nostro intento è promuovere maggiormente la nostra Società e l'intero Gruppo.

*Raggiunto*

*Coinvolgimento di 114 consumatori alla survey per cogliere aspettative e percezioni sul percorso ESG intrapreso.*



# GOVERNANCE

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
<b>HONESTY</b> Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili	2° Report di Sostenibilità	370 stakeholder coinvolti nell'analisi di materialità Analisi delle aspettative degli stakeholder e <b>recepimento nell'ESG Action Plan</b>	2024 - 2026 <b>Analisi di doppia materialità e mappatura IRO</b> Formalizzazione del <b>Sustainability Champions Team</b> e di meccanismi di MBO sugli obiettivi ESG dell'Action Plan <b>Adesione al Codice etico di Gruppo</b>	
<b>EVOLUTION</b> Investire in progetti di ricerca e sviluppo	1 brevetto registrato	100% Categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza	2024 - 2026 <b>Investimenti in R&amp;D</b> focalizzati sul <b>miglioramento del profilo di sostenibilità</b> dei prodotti su formulazioni e packaging	
<b>SATISFACTION</b> Attuare strategie di comunicazione efficaci	Monitoraggio e analisi costante della <b>customer satisfaction</b>	<b>Iniziative di engagement</b> 114 consumatori coinvolti	2024 - 2026 <b>Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG</b> all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo <b>Aumento della riconoscibilità del marchio</b>	
<b>RECIPROCITY</b> Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato	Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico - qualitativi Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare, certificato secondo la norma UNI EN ISO 22000:2018	78% budget di spesa destinato a fornitori nazionali	2025 - 2026 Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso <b>rating ESG verificati</b> <b>Adesione al Codice di condotta di Gruppo</b>	
<b>CLARITY</b> Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi	Comunicazione chiara e incisiva	Per tutti i prodotti in etichetta sono riportati contenuto, indicazioni d'uso e modalità di smaltimento	2024 - 2026 <b>Rafforzare una cultura aziendale informata</b> per una comunicazione efficace sugli impatto socio-ambientali	

# La nostra struttura organizzativa

GRI 2-9 | GRI 405-1

Negli ultimi quindici anni il Gruppo si è sviluppato acquisendo diverse società, **ampliando il portfolio di competenze**, consentendo di essere attivo nel mercato **Beauty, Personal e Home Care** nella grande distribuzione, nelle farmacie, nelle profumerie e nei canali professionali.

Con l'acquisizione da parte di SODALIS Group, avvenuta nel 2019, la nostra compagine societaria si è modificata.

Sodalis S.r.l., holding del Gruppo, controlla il 98,04% del capitale sociale di Conter S.r.l. che, a sua volta, detiene il 100% del capitale sociale di ICIM International S.r.l. **ESI S.r.l. è controllata all'80% da ICIM International S.r.l., all'8% da Silvia Company S.r.l. e per la restante quota dalla famiglia Galleano, fondatrice della società.**

La nostra struttura organizzativa è basata su un **modello tradizionale**: gli organi sociali sono rappresentati dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio Sindacale. Ai massimi organi di governo corrispondono diverse aree funzionali.



## Struttura organizzativa



# Performance economico - finanziarie

L'industria degli integratori alimentari sta vivendo un boom globale, con una previsione di crescita dell'84% entro il 2030, raggiungendo i 327 miliardi di dollari<sup>5</sup>. Anche **in Italia**, con circa 30 milioni di consumatori, **il settore è in crescita**. Secondo uno studio realizzato dall'Istituto di ricerca internazionale Future Concept Lab, il **73% degli italiani ha assunto integratori almeno una volta nel corso del 2023**. La sfida del mercato della nutraceutica è offrire sempre più soluzioni per gestire e migliorare la salute generale.

Tra le **categorie di integratori più richieste** al primo posto troviamo i **probiotici** che si confermano, anche rispetto a dieci anni fa, la tipologia più acquistata con 26,5 milioni di confezioni vendute (+40% rispetto al 2013); seguono i **sali minerali**, con 14 milioni di confezioni vendute e le **vitamine** che, con 13,1 milioni di confezioni, sono il prodotto che ha registrato l'incremento maggiore (+157% in 10 anni) tra le principali categorie.

5. Fonte: Grand View Research.

Completano la top five i **prodotti per la tosse**, con 11,8 milioni di confezioni (+188%) e i **lassativi** con 11,3 milioni di confezioni (+22%).

Questo trend positivo si è riflesso anche sulle nostre performance economiche. **Nel 2023** abbiamo totalizzato **ricavi netti pari a € 60.857.813, in aumento del 3%** rispetto ai ricavi del 2022 (€59.079.453) e del 9% rispetto al 2021 (€55.803.575), con un utile di esercizio nel 2023 pari a € 8.575.755.

Anche il 2023 si è contraddistinto per un importante lavoro nella ricerca scientifica, volto alla creazione di formulazioni altamente innovative per i nuovi prodotti.

# 12

nuovi prodotti lanciati nel 2023.

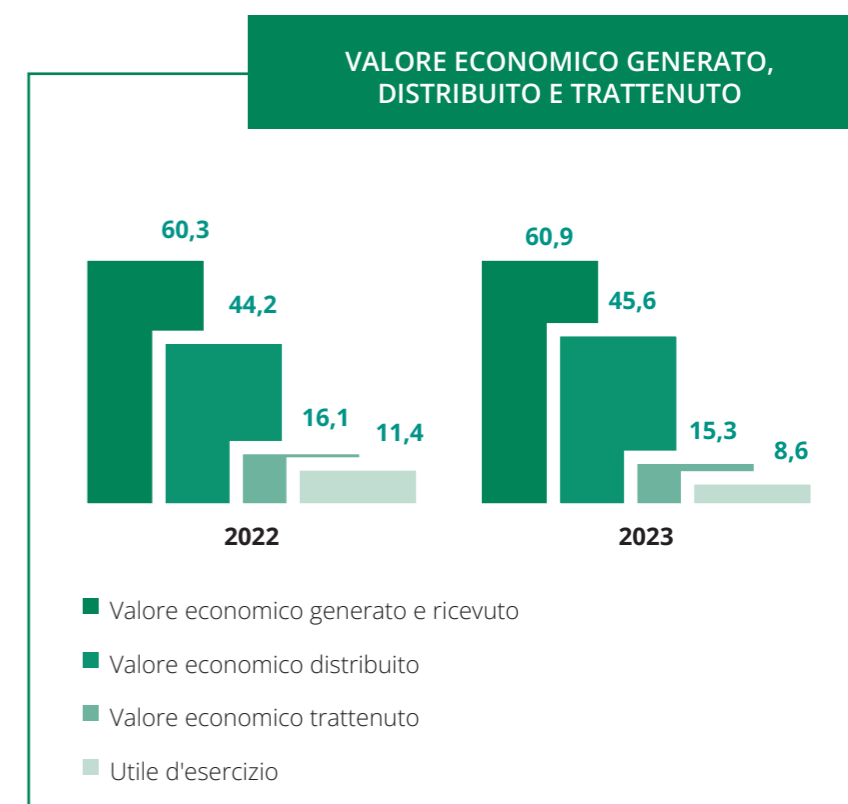
Tra i più significativi **Vitamina C bustine e Biocollagenix Botulin like crema viso e siero** concentrato.

## Il valore economico generato e distribuito

GRI 201-1

In questo paragrafo evidenziamo il valore economico generato e distribuito, elaborato sulla base del conto economico del periodo di riferimento. Nel corso del biennio, seppur leggermente, cresce il **valore economico generato**, grazie

soprattutto all'incremento dei ricavi netti<sup>6</sup>, di cui il **75% distribuito ai nostri stakeholder** (+3% vs 2022)<sup>7</sup>, destinato in buona parte al sostentamento del sistema di imprese delle filiere di fornitura e alla remunerazione e rafforzamento dell'organico<sup>8</sup>.



6. Il **valore economico generato** si riferisce al valore dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti finiti, oltre al valore derivante dalle attività finanziarie dell'impresa e dagli altri ricavi.

Il **valore economico ricevuto** corrisponde, invece, alla quota parte degli altri ricavi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione sotto forma di contributi in c/esercizio, prevalentemente destinati a rafforzare le attività di investimento in R&D dell'azienda.

7. Il **valore economico distribuito** accoglie i costi, classificati per le principali categorie di stakeholder che ne hanno beneficiato.

8. Il **valore economico trattenuto** è rappresentato dalla differenza tra il valore economico generato e ricevuto, e il valore economico distribuito, del quale ne fa parte, oltre all'utile di esercizio, le voci non allocabili alle diverse categorie di stakeholder.



# La qualità e la sicurezza alimentare: un valore essenziale per i nostri consumatori

GRI 416-1 | GRI 416-2

Utilizziamo **ingredienti altamente selezionati** per garantire prodotti fitoterapici di alta qualità. Ogni materia prima impiegata è soggetta a un **rigoroso controllo qualità** in laboratori specializzati. Rispettiamo gli standard più elevati di qualità delle materie prime grazie a **impianti di produzione e controllo di ultima generazione**. Le analisi organolettiche, chimico-fisiche e microbiologiche sono svolte nel laboratorio di Controllo Qualità.

**Valutiamo gli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto:** gli integratori alimentari sono valutati internamente, mentre i dispositivi medici e i prodotti cosmetici sono valutati dai produttori.

Abbiamo ottemperato pienamente alle norme del sistema **HACCP** (Hazard Analysis and

Critical Control Points). Attraverso il Piano di Autocontrollo Aziendale gestiamo la produzione, l'immagazzinamento e il trasporto dei prodotti nel pieno rispetto delle norme vigenti.

Nel 1999 abbiamo elaborato un **Sistema di Gestione della Qualità**, certificato secondo la norma **UNI ISO 9001:2015**, a garanzia della qualità dei prodotti e della filiera, dalla formulazione alla produzione, fino alla commercializzazione; una prima testimonianza del nostro impegno in tale processo.

**Nel 2023 abbiamo integrato il nostro sistema, creando il Sistema di Gestione per la Qualità e Sicurezza alimentare (SGQSA)**, in conformità alla norma internazionale UNI EN ISO 9001:2015 e alla norma internazionale UNI EN ISO 22000:2018.

Con l'integrazione del sistema di gestione abbiamo formalizzato il nostro impegno per la Sicurezza alimentare e la Qualità: siamo convinti sia fondamentale per garantire i livelli raggiunti e rafforzare la reputazione aziendale e di Gruppo.

100%

categorie di prodotti valutati per gli impatti sulla salute e la sicurezza<sup>9</sup>

0

episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi

9. Le categorie di prodotti valutati comprendono: cosmetici, integratori e dispositivi medici. La valutazione su dispositivi medici e prodotti cosmetici viene effettuata dai fabbricanti.



**è responsabile verso**

Gruppo

Che si aspetta di incrementare la redditività attraverso l'aumento delle vendite e l'espansione su nuovi mercati

Consumatori

Clienti

Che ricercano un prodotto sicuro, con benefici tangibili e che sia valutato in tutte le fasi di produzione da severi controlli

Che si aspettano un ascolto attento e di vedere accolte e rispettate le richieste di ricevere un prodotto soddisfacente e rispondente ai requisiti di sicurezza alimentare e qualità

Dipendenti

Fornitori

Che si aspettano di operare in un ambiente di lavoro sicuro, stimolante e motivante

Scelti in base alla loro coerenza con gli obiettivi che l'Azienda ha individuato

## Certificazioni e riconoscimenti

Il nostro obiettivo è **garantire prodotti con elevati standard di qualità e affidabilità, innovativi e con un minor impatto sull'ambiente**. Per questo motivo ci avvaliamo di collaborazioni con università, centri di ricerca e organizzazioni internazionali.

Di seguito sono riportate le iniziative, i riconoscimenti e le certificazioni ottenute grazie alla nostra dedizione.



### CLINICAMENTE TESTATO:

ESI si avvale della collaborazione di Università, Istituti di ricerca ed Enti Ospedalieri, sia in Italia sia all'estero, per testare l'efficacia e la sicurezza dei propri prodotti.

Un approccio rigoroso, derivante dall'industria farmaceutica, applicato al settore dei prodotti naturali per fornire un'ulteriore garanzia ai propri consumatori.

### naturcaps RETARD



patent n° 1413768

### BREVETTO NATURCAPS® RETARD BIFASICA

#### 1 FORMULA BREVETTATA

Nel 2015 abbiamo brevettato internamente una nuova tecnologia: NATURCAPS® RETARD BIFASICA, la quale garantisce all'organismo la possibilità di un utilizzo graduale e completo dei nutrienti. La speciale capsula contiene 4 microtavolette che possono anche essere gastroresistenti; si disgregano in tempi diversi consentendo un rilascio graduale e costante dei principi in esse contenuti, garantendo all'organismo un tempo sufficiente per assimilare e trasportare in tutto il corpo i principi attivi, offrendo un'azione prolungata (chiamata azione RETARD Brevetto n° 1413768.).



### GLUTEN FREE:

Nel rispetto della sempre maggiore diffusione della celiachia e delle intolleranze al glutine, tutti i prodotti ESI sono dichiarati "senza glutine", ovvero, secondo il regolamento CE/41/2009 e successivo CE/828/2014, hanno un contenuto di glutine inferiore a 20 ppm (0,002%) pertanto sono adatti ai celiaci.



### VEGAN:

A completamento delle informazioni relative ai prodotti ESI, sulle confezioni è presente un piccolo simbolo indicante se il prodotto è adatto ai vegetariani e/o ai vegani in base all'origine delle materie prime contenute.



### NOVASOL®:

Nella formulazione dei prodotti, ESI impiega tecnologie moderne che aumentano fino a 185 volte la biodisponibilità dei principi attivi, aumentando così l'efficacia degli integratori NoDoI.



### CERTIFICATO 5 STELLE IFOS:

L'International Fish Oil Standards è la più importante certificazione relativa ai prodotti a base di Omega 3. Un severo protocollo di analisi ha attribuito a Omega 3 Extra Pure le 5 stelle IFOS, garantendo ai consumatori la qualità, la sicurezza e la purezza del prodotto.



### CERTIFICAZIONE FRIEND OF THE SEA:

La certificazione premia pratiche sostenibili nei settori della pesca, dell'acquacoltura e della produzione di olio di pesce e omega 3, ed è l'unico programma di certificazione per la pesca sostenibile riconosciuto e supervisionato a livello internazionale da un ente nazionale di accreditamento. Diversi nostri prodotti, come l'Omega 3 Extra plus, hanno ottenuto la certificazione Friends of the Sea.



### CERTIFICAZIONE ORIVO:

Orivo offre la prima e unica certificazione di origine per alimenti al mondo basata su innovativi test di laboratorio. Una tecnologia esclusiva che garantisce l'utilizzo di una specie ittica precisa e la sua provenienza geografica: solo acciughe, solo del sud Pacifico. Garantisce l'assenza di altre specie ittiche (tonno, krill, salmone, merluzzo, ecc.) meno pregiate, oppure specie protette che potrebbero essere catturate insieme alle acciughe. Una garanzia di totale trasparenza nei confronti dei consumatori. Il nostro prodotto Omega 3 Extra Pure ha ottenuto nel 2021 la certificazione Orivo.



## La trasparenza come principio cardine

GRI 417-1 | GRI 417-2 | GRI 417-3

### Regolamento per l'utilizzo dei sistemi informatici

Premesso che l'utilizzo delle risorse informatiche e telematiche deve sempre ispirarsi al principio della diligenza e della correttezza, abbiamo adottato un **regolamento interno volto a evitare che comportamenti inconsapevoli possano innescare problemi o minacce alla sicurezza nel trattamento dei dati**<sup>10</sup>.

### Etichettatura dei prodotti

Le etichette degli integratori alimentari riportano<sup>11</sup>:

- il contenuto, con particolare riferimento alla presenza di sostanze che possono generare un impatto ambientale o sociale;
- la descrizione del prodotto e claims vantabili sugli ingredienti;
- le indicazioni e le modalità d'uso e conservazione;
- lo smaltimento dei prodotti e i relativi impatti ambientali o sociali;
- le informazioni volontarie sul prodotto (vegan/glutine);
- Il nome e l'indirizzo OSA.

10. In ottemperanza del regolamento, si precisa che, nel corso del biennio 2022-2023, non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti.

11. Nel 2023 non si sono verificati episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e le informazioni relative a prodotti e servizi; si è verificato un solo episodio di non conformità con le comunicazioni di marketing. In merito a quest'ultimo, il Ministero ha inviato un avviso inerente alla descrizione non conforme sui prodotti No - Dol presenti nel nostro sito web, in quanto prodotto non classificabile come cosmetico.



L'origine dei componenti del prodotto non è sempre riportata, fatta eccezione per alcuni casi particolari in cui rappresenta un valore distintivo (ad esempio, l'aloè proveniente dal Messico o il Tea-tree dall'Australia). Le etichettature delle categorie Cosmetici e Dispositivi Medici sono invece sotto la responsabilità dei fornitori.

# Ricerca, sviluppo e innovazione: i nostri asset strategici

Siamo **tra i primi produttori nel campo della fitoterapia**, una posizione di rilievo raggiunta grazie all'**esperienza maturata in quasi 50 anni di attività**.

Da sempre in ESI ci impegniamo **nella ricerca scientifica**, nello **sviluppo** di prodotti, **nell'innovazione** di formulazioni, nella **severa selezione e nell'accurato controllo** delle materie prime.

Ricerchiamo ed elaboriamo formule customizzate per soddisfare le regolamentazioni dei diversi Paesi in cui vendiamo i nostri prodotti.

La ricerca, sia degli ingredienti sia della bibliografia, è un'attività fondamentale nel nostro operato. Le materie prime che decidiamo di utilizzare sono sottoposte ad un controllo che prevede 3 fasi di analisi: Ricerca, Verifica della fattibilità e Verifica della funzionalità.

**Abbiamo due laboratori interni:** il primo si occupa **dell'attività di controllo qualità** delle materie prime e dei prodotti finiti; l'altro svolge **attività regolatorie, di ricerca e sviluppo** volte all'innovazione dei prodotti.

L'attività di ricerca è svolta principalmente all'interno; qualora fossero necessari ulteriori step di analisi ci avvaliamo di laboratori esterni. Collaboriamo, a tal proposito, con Università ed Istituti di ricerca al fine di sviluppare prodotti innovativi e trovare nuove soluzioni finalizzate all'ottimizzazione dei processi produttivi.

Coinvolgiamo inoltre Università, medici e studi clinici per una verifica sulla validità e sull'efficacia del prodotto.

Un approccio rigoroso, derivante dall'industria farmaceutica, applicato al settore

degli integratori alimentari per fornire un'ulteriore qualità ai consumatori.

**Nel corso del 2023 abbiamo attivato con l'Università degli Studi di Trieste una convenzione per il cofinanziamento di una borsa di dottorato, afferente al Dipartimento di Scienze Chimiche e Farmaceutiche, dedicata allo svolgimento della seguente tematica di ricerca: "Formulazioni avanzate per cosmetica, dispositivi medici e farmacia".**

Ci siamo posti come obiettivo quello di **incrementare gli studi clinici in collaborazione con enti di ricerca, Università e istituti ospedalieri**.

## Ciclo di sviluppo di un nuovo prodotto

Ricerca bibliografica sugli ingredienti da utilizzare.

1



Analisi sulla realizzazione del prodotto: forma liquida o solida.

2



Ipotesi di una formula teorica da utilizzare.

3



Se la formula prevede materie prime di nuovo utilizzo, vengono ricercati nuovi fornitori; se la materia prima è conforme ne viene richiesta una campionatura.

4



Se la campionatura è soddisfacente, viene inviato al fornitore un questionario di allineamento procedurale e ci si approvvigiona delle materie prime necessarie per prove di fattibilità.

5



Il prodotto viene messo in stabilità; se conforme viene creata un'etichetta e viene inviata al Ministero per notifica.

6

La **crescita**  
inizia dalle  
persone



**+5%**

dell'organico  
rispetto al 2022



**100%**

dei dipendenti inquadrati  
con un contratto a tempo  
indeterminato

**50%**

senior manager assunti  
dalla comunità locale

**2.600**

ore di formazione  
erogate

**+36%**

dipendenti al di sotto dei  
30 anni rispetto al 2022

**21**

ore medie di formazione  
per dipendente

# OBIETTIVI PROGRAMMATI 2022

✓ raggiunto    ⋮ in corso



## Organico

Obiettivo programmato:

**Rafforzare il know how interno assumendo nuove risorse** che abbiano competenze specifiche.

*Raggiunto*

- +5% dell'organico rispetto al 2022;
- assunzione di un nuovo direttore Marketing Medicale, e una risorsa dedicata al trade marketing.



## Work life balance

Obiettivo programmato:

**Integrare un programma di work-life balance** con l'obiettivo di migliorare il benessere dei nostri dipendenti.

*Raggiunto*

*Miglioramento della modalità di fruizione del piano welfare aziendale.*



## Formazione

Obiettivo programmato:















**Continuare a erogare corsi di formazione** al fine di incrementare le competenze dei dipendenti.

*Raggiunto*

- 2.600 ore di formazione erogate;
- erogati corsi obbligatori sulla salute e sicurezza e sulla sicurezza alimentare; corsi di lingua inglese, gestione delle persone e utilizzo di nuovi macchinari.



# SOCIAL

Pillar	Dove siamo		Target futuri		Anno target	SDGs
<b>EMPATHY</b> <i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i>	<b>92%</b> dipendenti con contratto full-time	<b>8%</b> dei dipendenti nel 2023 con contratti part-time  Specifico piano welfare e portale aziendale dedicato ai dipendenti	<b>Potenziamento della comunicazione corporate interna</b>	Per la creazione di un clima positivo basato sul coinvolgimento dei dipendenti	2024	  
<b>EQUALITY</b> <i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>	<b>63%</b> dipendenti nella fascia di età 30-50 anni	<b>90%</b> Rapporto medio della retribuzione donna-uomo	<b>Creazione di un sistema di gestione della parità di genere</b>	Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso	2025	  
<b>GROWTH</b> <i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>	<b>+7%</b> turnover positivo (8 assunzioni)	<b>+5%</b> dipendenti rispetto al 2022	<b>Erogazione attività di formazione ESG ai dipendenti</b>	Per promuovere un senso di consapevolezza e responsabilità sull'impatto socio-ambientale delle attività	2024 - 2026	   
<b>MOTIVATION</b> <i>Attrarre e trattenere talenti</i>	Partecipazione a <b>congressi</b> del nostro settore ed <b>eventi</b> aziendali		<b>Sodalis ambassadors program</b>	<b>Partnership con università</b>	2024 - 2026	   
		<b>21</b> ore medie di formazione per dipendente				

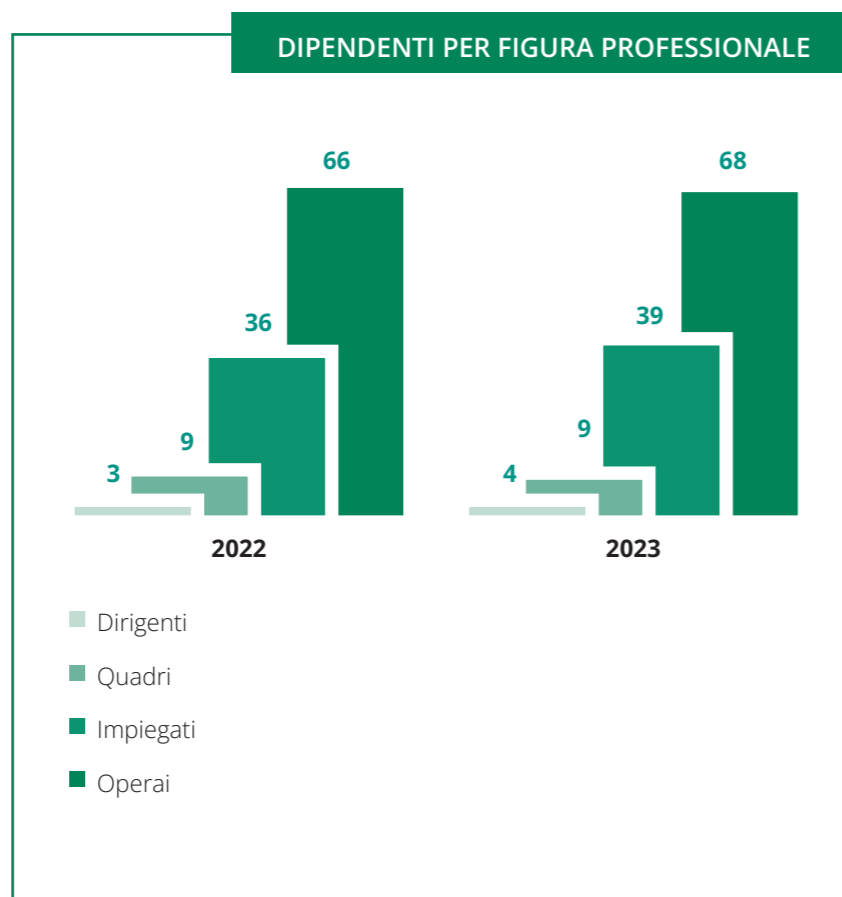
# La composizione dell'organico

GRI 2-7 | GRI 2-8 | GRI 2-30 | GRI 202-2

La soddisfazione dei dipendenti è un aspetto su cui poniamo particolare attenzione, al fine di garantire loro benessere dentro e fuori l'azienda. **Supportiamo l'equilibrio tra vita lavorativa e personale**, pertanto, ci siamo impegnati nell'implementare politiche e strumenti innovativi di incentivazione.

Al 31.12.2023 **l'organico è cresciuto del 5%, con 120 risorse**, di cui il 73% rappresentato da uomini e il 28% da donne. L'elevata presenza di uomini è motivata dalla necessità di avere un ampio numero di operai, ruolo svolto principalmente da figure maschili. Se consideriamo il ruolo di impiegato, la **presenza delle donne in azienda aumenta notevolmente, rappresentando circa il 70% del totale degli impiegati**.

I dipendenti sono assunti tramite Contratto Collettivo Nazionale (CCNL) Alimentare; l'organico è composto per il 57% da operai, per il 33% da impiegati, per l'8% da quadri e dal restante 3% da figure dirigenziali.

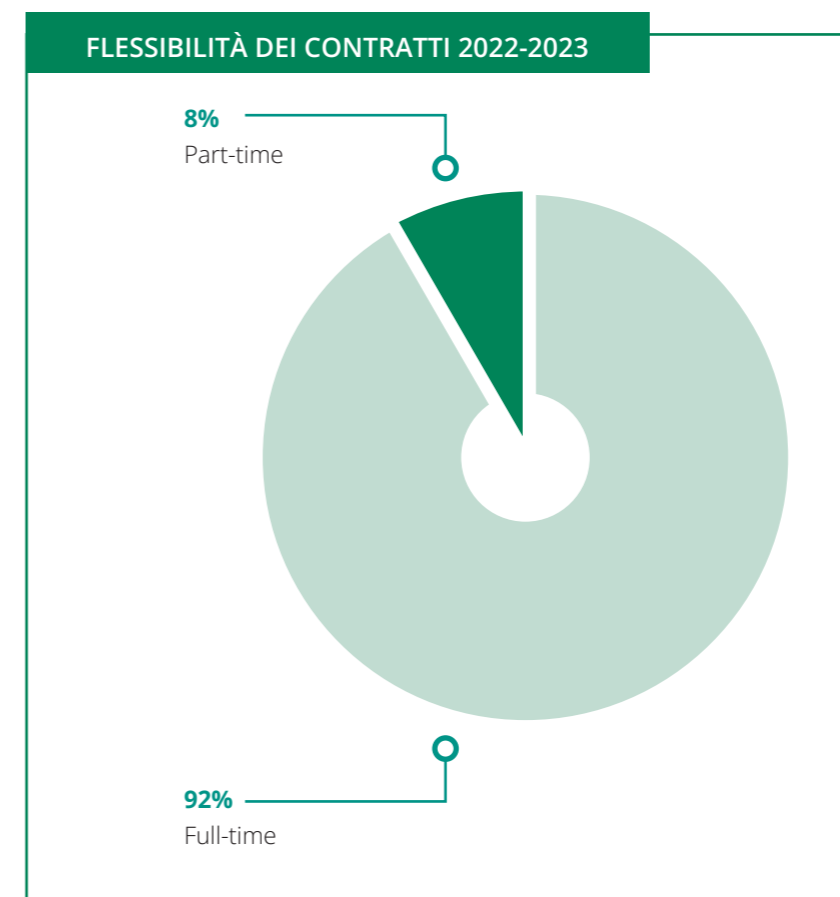


La totalità dei dipendenti è assunta con un contratto a tempo indeterminato e il **92% ha un contratto full-time**. All'organico si aggiungono 8 risorse, di cui 4 in stage e 4 appaltatori.

Il ruolo che abbiamo sul territorio e il legame creato con la comunità, rendono la nostra realtà attrattiva per le persone che vivono nei pressi della sede. Il **50% dei senior manager proviene dalla nostra comunità locale**.

Negli anni abbiamo implementato procedure di controllo e di verifica per la valutazione del tasso di turnover, sebbene sia molto basso; abbiamo previsto **attività di placement** di lungo periodo e **programmi di formazione** per studenti e/o neolaureati. **Investiamo molto sui giovani** e sulla loro formazione con l'obiettivo di inserire in organico persone preparate che abbiano l'interesse di crescere all'interno della nostra realtà.

Tra gli inserimenti abbiamo previsto l'assunzione di un nuovo direttore Marketing Medica, con l'obiettivo di spingere su una comunicazione sempre più attenta basata su un'elevata base scientifica. Abbiamo, inoltre, integrato l'organico con l'inserimento di una risorsa dedicata al trade marketing ed altre risorse che ricoprono funzioni già esistenti o che integrano il team dove necessario.



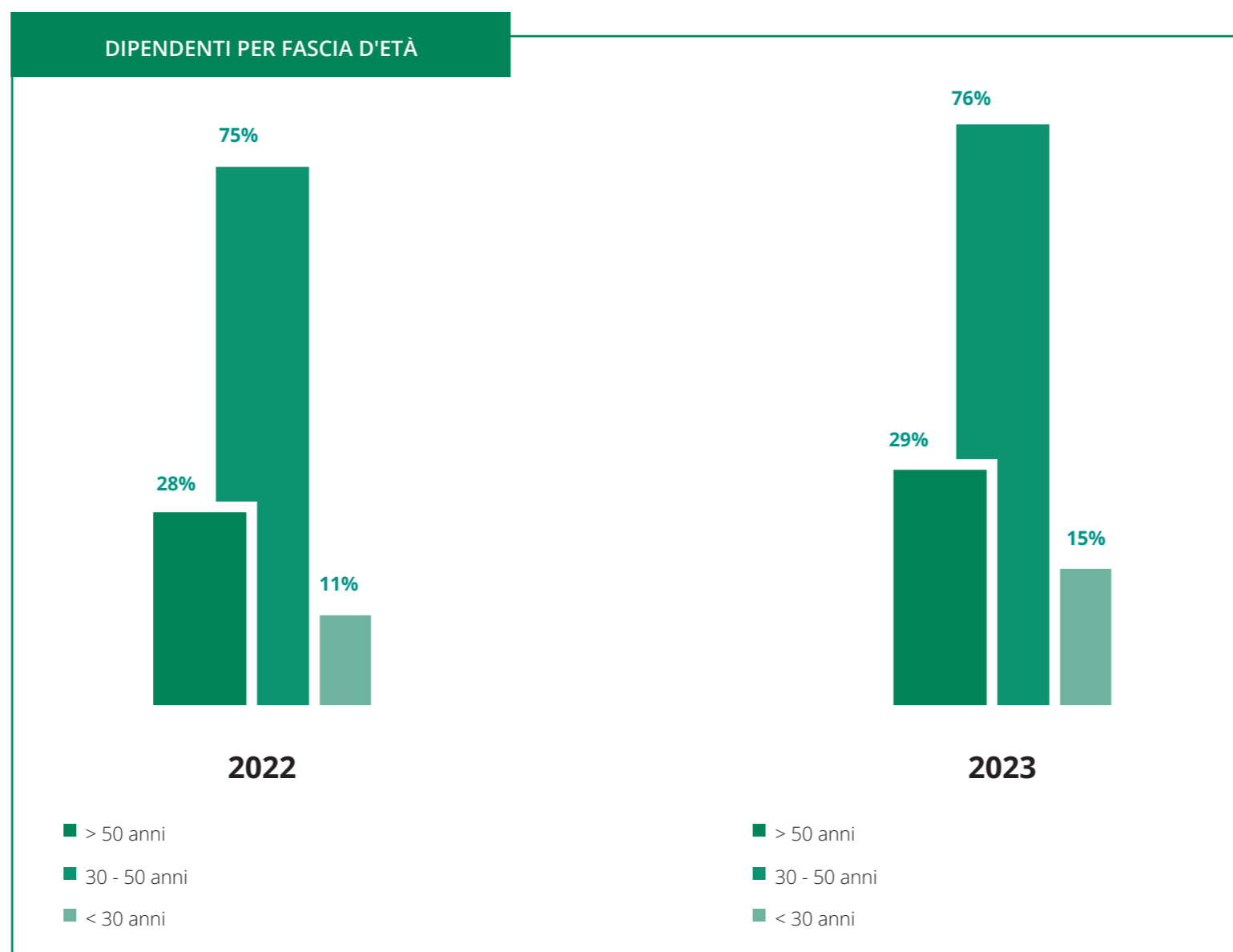


# Diversità e inclusione

GRI 405-1 | 405-2

In ESI le **persone rappresentano il motore della crescita e del successo aziendale**, per cui la promozione di una cultura della diversità e dell'inclusione è un elemento prioritario, che va oltre la responsabilità morale. Ci impegnamo affinché le nostre persone si sentano rispettate e valorizzate, vi siano **pari opportunità di crescita e sviluppo professionale per tutti i dipendenti**, indipendentemente dall'origine, dal genere, dall'orientamento sessuale, dalle abilità o dal background.

Il 73% dei nostri dipendenti è rappresentato da uomini, dato legato principalmente alla composizione delle funzioni aziendali al nostro interno. Il 52% dei nostri dipendenti ricopre infatti il ruolo di operaio; tale ruolo è rappresentato soprattutto da uomini (81%) per le specifiche esigenze legate alla mansione da svolgere. Parallelamente, il ruolo di impiegato risulta ricoperto per il 64% da donne, il cui ruolo è centrale per il funzionamento quotidiano dell'azienda, per il mantenimento dell'efficienza operativa e per il supporto alle attività strategiche e decisionali.



Il principio della **Gender Pay Equality** è uno dei fondamenti con cui garantiamo lo stesso livello di retribuzione alle donne e agli uomini che ricoprono posizioni equivalenti; complessivamente, **il rapporto della retribuzione uomo-donna<sup>12</sup> si attesta intorno al 90%**.

**Crediamo nei giovani talenti:** ci impegnamo a fornire loro adeguata formazione e una concreta possibilità di lavoro. **Le figure con meno di 30 anni rappresentano il 12% dell'organico.**

Nel rispetto della diversità e dell'inclusione in ogni sua forma, in ottemperanza alla Legge 68/99, copriamo la quota di personale appartenente alle **categorie protette**, a cui garantiamo servizi di sostegno, assistenza e strumenti tecnici di supporto, in modo da agevolare lo svolgimento delle mansioni affidate; nel 2023 in organico risultano presenti sei dipendenti inquadriati come operai<sup>13</sup>.

12. Il divario retributivo di genere complessivo è calcolato come il rapporto tra il salario annuale medio percepito da dipendenti donne e uomini all'interno dell'impresa considerando, per ogni figura professionale, i soli livelli contrattuali comparabili.

13. Precisiamo che nel corso del 2022-2023 non abbiamo registrato episodi di discriminazione, ovvero non ci sono state azioni legali o reclami presentati all'organizzazione o alle autorità competenti.

# Il benessere delle nostre persone al primo posto

GRI 401-2 | GRI 406-1

Crediamo fortemente nell'importanza di **promuovere un ambiente di lavoro accogliente, stimolante, positivo, attrattivo**; lo facciamo **diffondendo una cultura aziendale inclusiva, in grado di garantire il benessere delle nostre persone**; i nostri programmi di welfare sono realizzati allo scopo di assicurare condizioni di lavoro che garantiscano il pieno rispetto del diritto alla salute e la tutela del benessere.

Per conseguire tali obiettivi abbiamo introdotto, in coerenza con le strategie di sviluppo dei dipendenti coordinate da Sodalis Group, **un piano di welfare aziendale** con beni e servizi a supporto della vita personale e familiare, e per potenziare la propria copertura previdenziale e sanitaria.

Con il piano welfare - lanciato nel 2022 - i dipendenti hanno un importo figurativo dal valore prestabilito, finalizzato alla fruizione dei servizi welfare. Tra questi vi rientrano:

1. carrello della spesa: buoni acquisto/buoni benzina;
2. rimborso spese scolastiche per i familiari;
3. pacchetti sanitari e rimborso spese sanitarie;
4. rimborso spese assistenziali;
5. servizi socio-sanitari, di educazione, istruzione e ricreazione;
6. contribuzione alla previdenza complementare.

## Risultati raggiunti nel 2023

- Abbiamo **migliorato la modalità di fruizione del piano welfare aziendale**: i dipendenti hanno la possibilità di scegliere anche soggetti non convenzionati, richiedendo il rimborso della spesa sostenuta per il servizio di cui hanno usufruito.
- L'**assicurazione sanitaria** prevista dal Contratto Collettivo Nazionale (CCNL) Alimentare tramite il Fondo Fasa, è attualmente a **carico nostro**.
- Abbiamo sottoscritto una **convenzione con un centro medico** in prossimità della nostra sede: in questo modo i dipendenti ottengono **prezzi agevolati su diverse tipologie di prestazioni mediche**.



# Sviluppo delle competenze e valorizzazione delle risorse

GRI 404-1

## 2.600

ore di formazione erogate nel 2023

## 21

ore medie per dipendente

Investiamo sulla formazione e la crescita professionale con l'obiettivo di valorizzare competenze e talenti. Nell'ultimo triennio abbiamo iniziato un percorso formativo, che nel 2023 ha previsto, oltre ai corsi obbligatori sulla salute e sicurezza e sulla sicurezza alimentare, anche quelli relativi allo studio della lingua inglese, alla gestione delle persone e all'utilizzo di nuovi macchinari.

Nel 2023, alla luce delle attività che abbiamo svolto, abbiamo erogato **2.600 ore di formazione, pari a 21 ore medie per dipendente: una crescita notevole rispetto alle 400 ore erogate nel 2022.** Questo dato riflette il nostro impegno concreto nella realizzazione dei diversi obiettivi che ci siamo posti, tra cui accrescere le competenze delle nostre risorse.

Investire nella formazione consente di avere persone altamente qualificate e costantemente aggiornate, favorisce la crescita aziendale e migliora la motivazione e il senso di appartenenza.

In aggiunta, svolgiamo addestramento continuo (**training on the job**) che prevede l'affiancamento di lavoratori esperti sulla base di percorsi delineati per i singoli: questo avviene all'inizio del percorso lavorativo, ma continua anche successivamente quando l'operatore è formato.

## La valutazione dei dipendenti per un efficace piano di crescita

Annualmente prevediamo l'erogazione di schede di valutazione dei dipendenti al fine di verificare l'allineamento delle risorse agli obiettivi aziendali e alla loro crescita; un momento di confronto in cui raccogliamo feedback ed eventuali problematiche.

Nella valutazione dei dipendenti prendiamo in esame tre criteri specifici: **produttività, disponibilità, rispetto.**

Nell'ambito della gestione dei rapporti con i sindacati, abbiamo definito un **premio produzione** erogato a fronte di una scheda di valutazione relativa all'operato del dipendente, sia in ambito lavorativo sia focalizzato sul rispetto delle regole interne. Tale premialità è rivolta a tutti i dipendenti e rientra in un accordo di secondo livello stipulato con i sindacati.

Produttività  
Disponibilità  
Rispetto



# La salute e la sicurezza dei dipendenti tra le nostre priorità

GRI 403-2 | GRI 403-5 | GRI 403-9 | GRI 403-10

## 1.654

ore di formazione sulla salute e sicurezza erogate nel 2023

## 208

dipendenti coinvolti

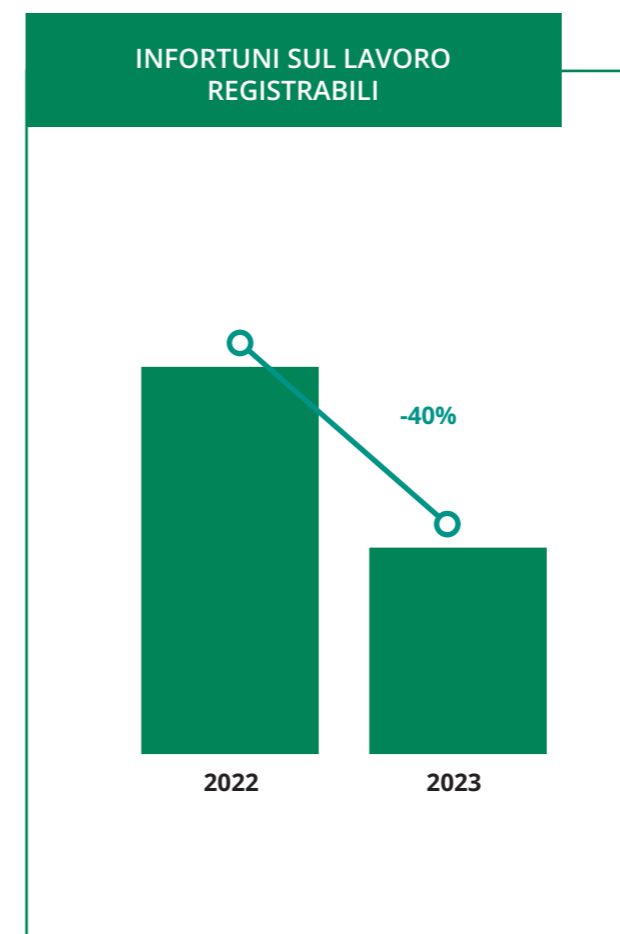
Abbiamo definito un Sistema di **Gestione della Salute e Sicurezza** in conformità con la normativa italiana, in particolare nel rispetto del D. Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 e le norme da esso richiamate.

Affinché l'attività sia svolta in modo sicuro, tutelando la salute dei dipendenti, abbiamo definito diverse procedure interne che sono state prontamente condivise.

**La valutazione dei rischi** di cui all'articolo 17, comma 1, lettera a) del D. Lgs. 81/08 ha riguardato tutti i rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori, compresi quelli esposti a rischi particolari, collegati allo stress lavoro-correlato, secondo i contenuti dell'accordo europeo dell'8 ottobre 2004, e le lavoratrici in stato di gravidanza, secondo quanto previ-

sto dal D. Lgs. 26 marzo 2001, n. 151, nonché i rischi connessi alle differenze di genere, all'età e alla provenienza da altri Paesi.

Nel 2023 abbiamo registrato 3 infortuni sul lavoro, non identificabili come gravi, registrando una **riduzione del numero di incidenti del 40%** rispetto al 2022. A fronte degli infortuni sono state attivate specifiche verifiche e sono stati implementati appositi interventi correttivi. Ulteriormente, abbiamo svolto interventi preventivi su personale potenzialmente non considerato idoneo a lavorare in determinati luoghi, con conseguenti riallocazioni, qualora necessarie, al fine di evitare situazioni pericolose. **Nel biennio 2022-2023 non abbiamo registrato malattie professionali.**



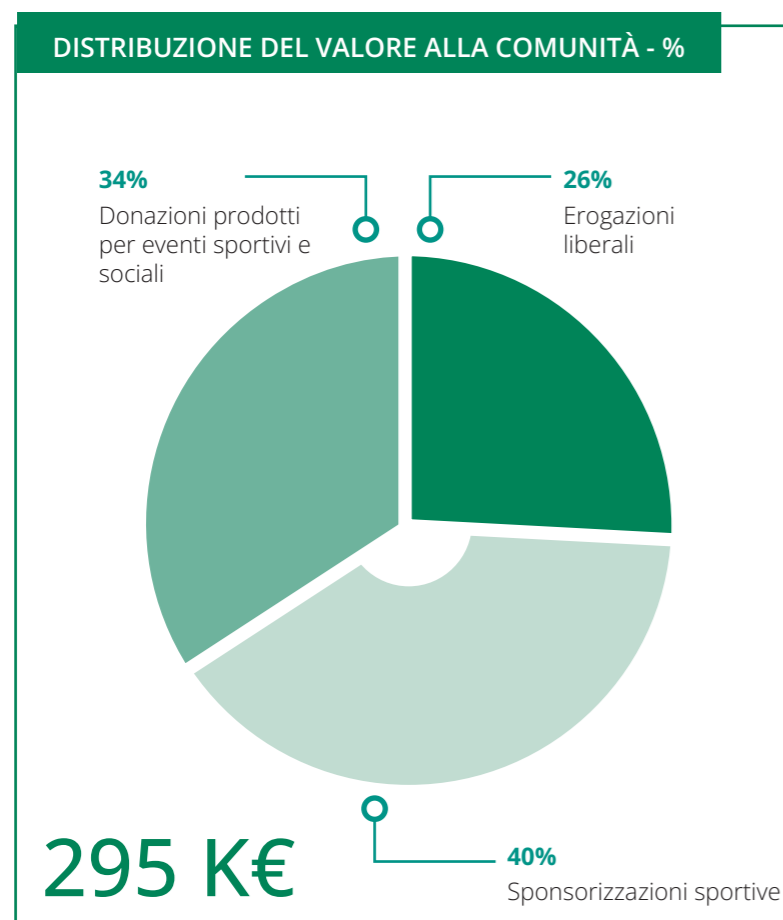
## AZIONI DI MIGLIORAMENTO

Stiamo valutando l'acquisto di attrezzatura per la movimentazione di materie prime e merci che consenta di limitare il più possibile lo sforzo fisico del personale.

Stiamo svolgendo un'analisi preliminare volta alla valutazione dell'implementazione di un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul lavoro, secondo la norma UNI ISO 45001.

## Il legame con il territorio e la comunità

Da sempre siamo impegnati a tenere fede ai legami con il territorio e con la comunità, attraverso sponsorizzazioni e donazioni di prodotti.



### EROGAZIONI LIBERALI

Sosteniamo da tempo la **Fondazione Pace e Bene** impegnata a supportare singoli individui e gruppi, in ambito locale, nazionale e internazionale. La Fondazione tutela e valorizza l'ambiente e lo sviluppo della persona, per donare benessere fisico, psichico, economico, culturale e sociale.

Sosteniamo, inoltre, il territorio supportando la **Croce d'oro di Albissola Marina** che, dal 1992, costituisce un luogo di aggregazione dei cittadini per attività in favore della comunità.

### SPONSORIZZAZIONI EVENTI

Nel corso del 2023 abbiamo scelto di sponsorizzare diverse attività sportive, tra cui le Ondine savonesi della squadra di sincro della società sportiva dilettantistica **Rari Nantes di Savona** che, dal 1986 ad oggi, hanno vinto diversi scudetti e medaglie portando valore al nostro territorio. Sempre in supporto alla comunità, nel mese di novembre, abbiamo sponsorizzato la nona edizione della **Savona Half Marathon International**, che attraversava la città di Albissola Marina, prevedendo percorsi differenziati per difficoltà, lunghezza e regolamento, in modo da rendere la competizione il più possibile inclusiva; diversi eventi collaterali hanno accompagnato la manifestazione, tra cui un importante convegno sul contrasto alla violenza di genere.

### DONAZIONI PRODOTTI

Nel 2023 abbiamo continuato a supportare eventi culturali e sociali sul territorio attraverso la donazione dei nostri prodotti. Tra gli eventi sociali abbiamo supportato le gare **Castano Race, la Mezza Maratone Trecate, la Maratonina Città Murata e la Swin the Island Bergoggi**. Inoltre, abbiamo sostenuto l'**Attatrail, cammino con Agata**, organizzata dall'associazione **TuttiperAtta**, ovvero l'annuale camminata sui monti di Arenzano, a sostegno dei bambini malati di tumore e le loro famiglie.

# Il nostro impegno per l'ambiente



## CFO

Carbon Footprint di  
Organizzazione certificata  
ISO 14064-1:2019



## 100%

Energia elettrica  
proveniente da fonti  
rinnovabili

## -25%

di consumi idrici

## -6%

di consumi energetici  
complessivi

## -2%

rifiuti prodotti  
rispetto al 2022

## 932 t CO<sub>2</sub>e

evitate nel biennio  
2022-2023 grazie  
all'acquisto  
di Garanzie di Origine

# OBIETTIVI PROGRAMMATI 2022

✓ raggiunto

⋮ in corso



## Carbon Footprint di Organizzazione UNI EN ISO 14064-1:2019

Obiettivo programmato:

Elaborazione di uno studio di **Carbon Footprint di Organizzazione (CFO)**, secondo la norma UNI EN ISO 14064:2019, al fine di misurare la nostra impronta ambientale e analizzare i potenziali interventi di miglioramento.

*Raggiunto*

Studio di Carbon Footprint di Organizzazione iniziato nel corso del 2023; certificazione ottenuta nel corso del 2024, anno di redazione del presente documento.



## Impianto fotovoltaico

Obiettivo programmato:

Installazione di un **impianto fotovoltaico**, con una potenza di 300 kWp, da posizionare sul tetto dello stabilimento di produzione.

*Raggiunto*

Alla data di redazione del presente documento<sup>14</sup>, l'impianto risulta completato e in funzione.

14. Redazione del documento - Dicembre 2024



## Interventi di efficientamento e recupero dell'acqua

Obiettivo programmato:

Introduzione dei **riduttori di flusso/ aeratori ai rubinetti** che possano permettere una riduzione del consumo di acqua in quanto quest'ultima, miscelandosi con l'aria, aumenta il getto.

*Revisione*

Abbiamo rivisto gli obiettivi mappati lo scorso anno in quanto stiamo valutando un progetto più importante che comporterà un aumento del recupero di acqua previsto dagli interventi inizialmente individuati.










Obiettivo programmato:

Raccolta di acqua piovana per irrigazione o lavaggi non HACCP. Stiamo svolgendo uno studio su un sistema per **recuperare l'acqua della falda interrata** sita sotto il nostro stabilimento.

*In corso*

Stiamo valutando l'implementazione di un sistema di recupero acque mediante un sistema di depurazione.

# ENVIRONMENT

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
<p><b>PLANNING</b> <i>Contrastare il cambiamento climatico</i></p>	<p><b>Analisi di Carbon Footprint</b></p> <p>932t CO<sub>2</sub> evitate nel biennio grazie all'utilizzo di energia rinnovabile</p>	<p><b>Buone pratiche</b> volte a favorire un minor impatto ambientale derivante dall'energia impiegata</p>	2025	  
<p><b>CARE</b> <i>Valorizzare la risorsa idrica</i></p>	<p><b>-25% consumi di acqua</b></p>	<p>Valutazione dell'implementazione di un sistema di recupero acque da sistema di depurazione</p>	2025	 
<p><b>RATIONALIZATION</b> <i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i></p>	<p><b>100%</b> Energia elettrica da fonte rinnovabile</p>	<p><b>Analisi dei consumi</b> energetici e interventi mirati a ridurre e ottimizzare i consumi</p>	2025	  
<p><b>RECYCLING</b> <i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i></p> <p><b>OPTIMIZATION</b> <i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i></p>	<p><b>-2%</b> Rifiuti prodotti</p> <p>Realizzazione di studi finalizzati all'utilizzo e all'<b>ottimizzazione del packaging</b></p>	<p>Alternative a <b>minor impatto</b> nelle linee di prodotto (MPS)</p>	2024 - 2026	
		<p><b>Group carbon management</b></p> <p>Costruzione dell'inventario di Scope 3, studio delle emissioni di GHG al fine di implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni</p>		
		<p><b>Group water footprint</b></p> <p>Misureremo il nostro impatto idrico al fine di intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua</p>		
		<p><b>Group energy analysis</b></p> <p>Per approfondire il consumo energetico per le realtà produttive, così da poter individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio</p>		
		<p><b>Life cycle assessment (LCA)</b></p> <p>Per comprendere le performance ambientali di ogni ciclo produttivo in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni</p>		



# I nostri interventi per la riduzione dei consumi energetici

GRI 302-1

Con l'obiettivo di ridurre i nostri consumi e i conseguenti impatti ambientali ed economici, abbiamo condotto alcuni studi che ci hanno permesso di identificare diversi **interventi di efficientamento energetico** da implementare durante la costruzione del nuovo capannone, tra cui:

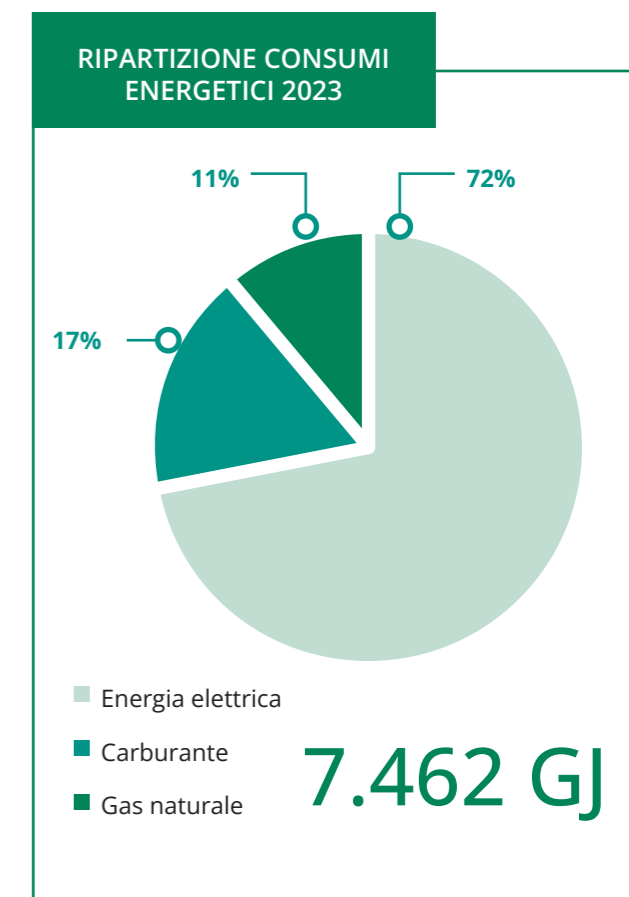
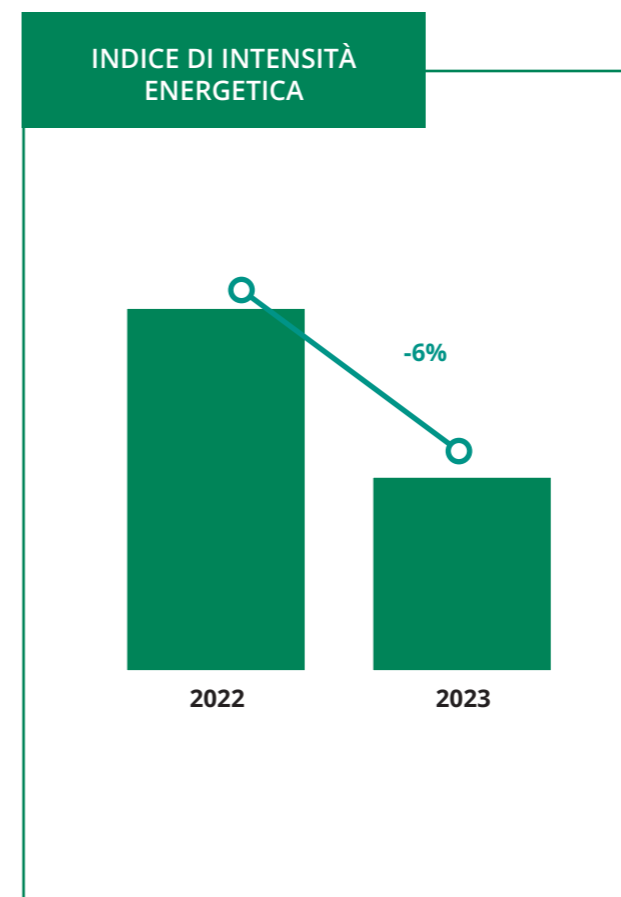
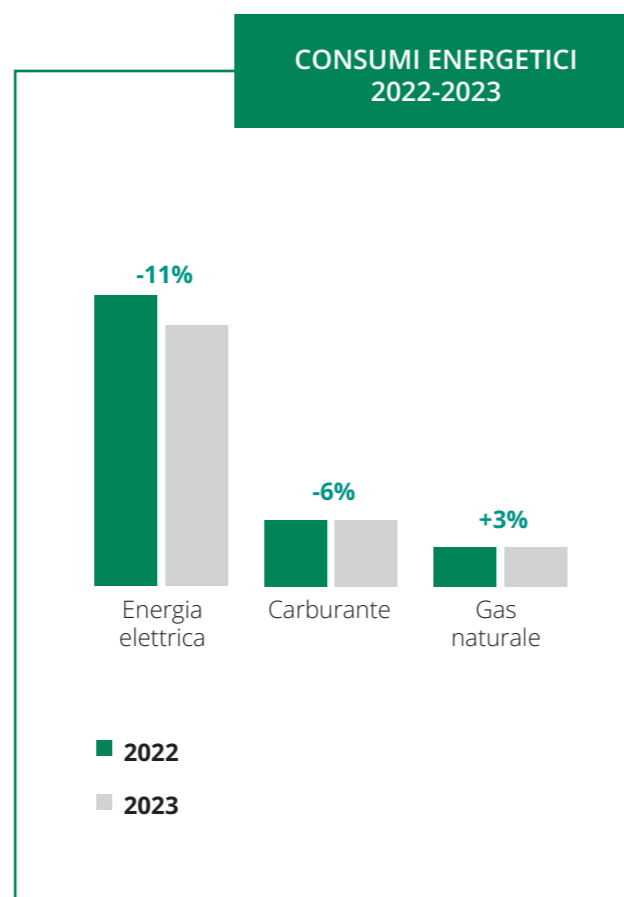
- sistema di pompe di calore a recupero per la climatizzazione dell'ambiente mediante l'unità di trattamento aria (UTA) ad alta efficienza, con recupero dell'energia per il riscaldamento dei processi di produzione;
- sostituzione delle lampade con tecnologia a LED;
- inserimento di nuovi macchinari con l'utilizzo della tecnologia Inverter.



Nel 2023 il totale dei consumi energetici interni all'organizzazione risulta pari a **7.462,25 GJ**.

Considerando i vettori energetici impiegati, l'energia elettrica acquistata, coperta da **Garanzie di Origine**, si configura come quello maggiormente impattante sul totale dei consumi energetici del 2023, pari al 71%, ed utilizzato per il funzionamento degli impianti; segue il carburante, pari al 17% dei consumi, utilizzato per la flotta aziendale, e il gas naturale, pari al 10,8% dei consumi, utilizzato per il riscaldamento degli uffici e dei reparti produttivi.

Nonostante l'aumento dei volumi di produzione, nel biennio si riscontra una **diminuzione del -6% dei consumi energetici complessivi**.



# Azioni concrete per ridurre la nostra impronta di CO<sub>2</sub>

GRI 305-1 | GRI 305-2

In linea con i nostri valori e obiettivi di sostenibilità, abbiamo analizzato e rendicontato il nostro impatto ambientale con lo **studio di Carbon Footprint di Organizzazione per l'annualità 2022**<sup>15</sup>.

Per l'analisi complessiva delle emissioni prodotte, che considera anche lo Scope 3, presentiamo i dati relativi all'anno 2022, derivanti dallo **studio di Carbon Footprint di Organizzazione certificato ISO 14064-1:2019** verificato nel 2024.

Per l'anno di riferimento 2022 la quota più significativa delle emissioni è rappresentata dallo **Scope 3**, che impatta per il 91%. In particolare, la **categoria più rilevante** dell'inventario GHG è relativa alle emissioni indirette riconducibili **al ciclo di vita dei beni acquistati**. Il restante 7% riguarda le emissioni dirette (**Scope 1**) e le emissioni indirette derivanti dall'energia acquistata in rete (**Scope 2**).

Questa prima rendicontazione delle emissioni aziendali ci spinge a gestire in modo ancor più responsabile le diverse attività di business.

Nel 2024 concretizzeremo il nostro impegno attraverso la formalizzazione di un **piano di mitigazione**: azioni concrete e strutturate, che tengono conto del controllo dei consumi interni di energia, della sensibilizzazione di dipendenti e consumatori sul tema e una gestione sempre più accurata della nostra supply chain.

Siamo consapevoli di quanto la decarbonizzazione sia un percorso complesso e sfidante: le nostre iniziative rappresentano l'impegno e la determinazione nel voler ridurre concretamente l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore. **Continueremo ad agire in maniera incisiva sulla nostra carbon footprint**, con uno sguardo proiettato alla qualità della vita delle generazioni future.

Nel 2023 abbiamo prodotto **593 t CO<sub>2</sub>e**<sup>16</sup> relativamente allo **Scope 1 e allo Scope 2, registrando una riduzione del 6% rispetto ai valori registrati nel 2022**. Il 75% delle emissioni prodotte deriva dal consumo di energia elettrica (Scope 2) e il restante è riferibile alla combustione mobile e stazionaria (rispettivamente, l'impiego di gas metano per il riscal-

15. Scope 1 - Emissioni dirette generate dalle operazioni dell'azienda

Scope 2 - Emissioni indirette derivanti da energia importata

Scope 3 - Altre emissioni indirette derivanti dall'attività a valle e a monte dell'Organizzazione

16. Il calcolo delle emissioni si riferisce alla somma delle tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente prodotte nel 2022, anno base. I gas inclusi nel calcolo sono CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O. L'approccio utilizzato è del controllo operativo e le metodologie utilizzate prevedono la consultazione dei database nazionali (ISPRA) e/o intergovernativi (DEFRA). Il GWP è il Global Warming Potential o "potenziale di riscaldamento globale". In questa analisi stati utilizzati i Global Warming Potentials riportati dall'IPCC (Fifth Assessment Report) e calcolati facendo riferimento a un intervallo temporale di 100 anni e uguali a 1 per i dati presenti in DEFRA.



damento e di combustibili che alimentano la flotta aziendale) che compongono lo Scope 1, esposti nel precedente paragrafo.

Guardando alle performance del biennio di riferimento, si rileva che le **emissioni dirette (Scope 1)** della nostra organizzazione sono pari a 146 tCO<sub>2</sub>e e si attesta un **calo del 3% nel corso del biennio**, ottenuto grazie alla riduzione del consumo di carburante.

Invece, le **emissioni indirette (Scope 2)** risultano pari a 448 tCO<sub>2</sub>e nel 2023; dato in **riduzione rispetto al 2022 (-7%)**, ma coerente alla riduzione dei consumi di energia elettrica.

L'impiego di fonti energetiche rinnovabili rappresenta il nostro principale contributo diretto nella lotta contro i cambiamenti climatici. Lo facciamo attraverso la sottoscrizione di **contratti di fornitura di energia proveniente 100% da fonti rinnovabili certificata attraverso l'acquisto di Garanzie di Origine**, che attestano l'origine rinnovabile delle fonti utilizzate dagli impianti qualificati IGO.

Grazie a queste scelte nel biennio 2022-2023 abbiamo complessivamente evitato **932 tonnellate di CO<sub>2</sub>e**<sup>17</sup>.

## 932 ton di CO<sub>2</sub>e evitate

nel biennio 2022-2023 grazie all'acquisto di Garanzie di Origine

## 100%

Energia elettrica da fonti rinnovabili

17. Le emissioni evitate sono state calcolate come la differenza fra le emissioni che si sarebbero causate facendo ricorso all'acquisto di energia elettrica in rete e l'impatto zero che ha la produzione di energia elettrica da fotovoltaico come emissioni dirette.

# Una gestione efficiente delle risorse

## L'utilizzo delle risorse idriche

GRI 303-3 | GRI 303-4 | GRI 303-5

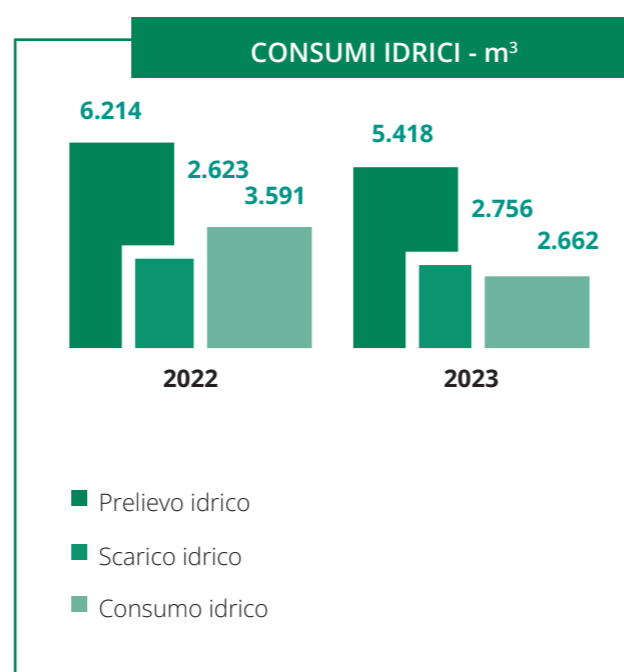
In azienda, le risorse idriche sono impiegate principalmente all'interno delle nostre ricette, per uso sanitario, per gli impianti di produzione, per il lavaggio dei macchinari e dei bancali, e per l'irrigazione di aiuole.

Mensilmente effettuiamo controlli sui contatori di acqua, così da monitorarne i consumi;

in questo modo, siamo in grado di intervenire tempestivamente su eventuali perdite, anomalie o non conformità.

L'acqua utilizzata è prelevata interamente da acquedotto. Nel 2023 abbiamo registrato un **consumo di acqua pari a 2.662 m<sup>3</sup>, registrando una riduzione del 25% rispetto ai valori del 2022**. Nel grafico è riportata l'acqua prelevata, consumata e scaricata. Quest'ultima è originata dalla pulizia delle attrezzature, cisterne, fusti utilizzati per la produzione di integratori alimentari, estratti vegetali, oltre che per il lavaggio pavimenti.

Vogliamo continuare ad agire al fine di ottimizzare la nostra gestione delle risorse idriche; pertanto, abbiamo rivisto gli obiettivi mappati lo scorso anno in quanto stiamo valutando un progetto più importante che comporterà un aumento del recupero di acqua previsto dagli interventi inizialmente individuati.



### Obiettivo 2024-2025

**Sistema ad osmosi inversa:** intendiamo inserire un nuovo sistema di recupero dell'acqua di spurgo derivante dall'esistente sistema di trattamento, mediante demineralizzatore ad osmosi inversa presente nel reparto liquidi. Le valutazioni preliminari che abbiamo svolto indicano un **potenziale recupero del 50%** circa della portata entrante nel sistema di trattamento che risulterebbe espulsa dal sistema stesso durante la fase di carico del sistema di trattamento acqua a servizio del reparto liquidi dello stabilimento.

## L'impiego e la selezione delle materie prime

# 380.170 Kg

di materie prime utilizzate nel 2023

Nel rispetto degli elevati standard di eccellenza che ci siamo prefissati, la scelta delle materie prime è una fase cruciale. Per tale motivo, ci affidiamo a produttori che rispettano rigorosi standard di affidabilità e qualità, chiedendo loro di condividere con noi informazioni precise sulle materie utilizzate, garantendo che siano in linea con i nostri principi di sostenibilità.

Attraverso l'Autodichiarazione Unica Ambientale (AUA), **monitoriamo annualmente l'impiego dei materiali nel processo produttivo**, riconoscendo l'importanza di ridurre l'impatto ambientale della nostra attività.

Nel 2023 abbiamo utilizzato un totale di **380.170 Kg di materie prime, in aumento del 18% rispetto al 2022**. L'aumento è legato ad un incremento dei pezzi venduti (+2%), ad una variazione della composizione dei prodotti e ai nuovi lanci effettuati nel 2023. Le materie principali, tra cui glicerica (18%), granulato dieci erbe (12%) ed estratti secchi vegetali (12%) e vitamine (9%), costituiscono la base dei nostri prodotti, che gestiamo con un approccio attento e meticoloso.



# La scelta del packaging e la gestione dei rifiuti

GRI 306-3 | GRI 306-4 | GRI 306-5

Per i nostri packaging i materiali primari sono PVC, PVCD, vetro, laminato bustine; per il packaging secondario, invece, utilizziamo astucci, etichette, film, sleever e carta, quest'ultima certificata secondo FSC.

Ci stiamo impegnando in una **ristrutturazione del nostro packaging mirata a ridurre l'impatto sull'ambiente**; per tale motivo, all'interno dei colli abbiamo sostituito i sacchetti gonfiabili con materiale cartaceo, mentre il nastro adesivo plastificato - cosiddetto "chiudi pacchi" - è stato rimpiazzato con nastro in carta.

L'impegno per l'ambiente è concretizzato anche con una **gestione responsabile degli impatti significativi connessi ai rifiuti**, generati dallo svolgimento delle nostre attività aziendali. Per garantire una

corretta gestione dei rifiuti abbiamo elaborato una procedura specifica in cui sono identificate le regole da perseguire per le diverse tipologie di rifiuti trattati.

Nel corso del 2023 abbiamo prodotto **137 tonnellate di rifiuti**, registrando una **riduzione del 2% rispetto ai valori del 2022**. Il 99% dei rifiuti prodotti si configura come non pericolosi; della quota di rifiuti prodotti, circa il 72% è stato inviato a recupero<sup>18</sup>.

**Al fine di contribuire alla riduzione dei rifiuti**, abbiamo definito una politica interna che vieta in ufficio l'utilizzo di bottiglie, bicchieri e cucchiari di plastica; inoltre, abbiamo eliminato le cialde in plastica per il caffè e abbiamo ridotto l'utilizzo della carta plastificata nel materiale promozionale.

**137 ton**

di rifiuti prodotti

**-2%**

rifiuti prodotti rispetto al 2022

**72%**

di rifiuti prodotti inviati a recupero

	UdM	2022	2023
Rifiuti pericolosi	Kg	1.388	1.167
Rifiuti non pericolosi	Kg	139.112	136.476
di cui rifiuti inviati in discarica	Kg	18.714	39.043
di cui rifiuti recuperati	Kg	121.786	98.600
<b>Totale rifiuti</b>	<b>Kg</b>	<b>140.500</b>	<b>137.643</b>

18. Nel 2023 la percentuale di rifiuti inviati a recupero ha registrato una riduzione legata alle modalità di smaltimento del nostro fornitore che, dal 2023, hanno subito una modifica.

## Action plan 2024 - 2026 Packaging



### BUGIARDINI

Sostituzione dei bugiardini con introduzione di un QR Code per la condivisione delle informazioni necessarie



### FILM

Riduzione dell'uso interno ed esterno di film



### R-PET

Sostituzione, dove possibile, della plastica PET con R-PET



### PACK SECONDARIO

Valutazione dell'utilizzo di cartone con una % di riciclato



### ASTUCCI

Eliminazione degli astucci da alcune referenze

# Nota metodologica

GRI 2-1 | GRI 2-2 | GRI 2-3

## Il perimetro di rendicontazione

### Ragione sociale

ESI

### Natura della proprietà

Privata

### Forma giuridica

Società a responsabilità limitata

### Ubicazione della sede principale

Sede legale: Corso Ferrari 74/6,  
Albisola Superiore (SV)

Sede secondaria: Via delle industrie 1,  
Albisola Marina (SV)

### Paesi serviti

54



## Il documento

Questo documento rappresenta il secondo Report di Sostenibilità di ESI S.r.l. (di seguito anche "la società" o "ESI"). Le informazioni riportate all'interno del documento sono state raccolte e rielaborate al fine di assicurare la comprensione delle attività svolte dalla società, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto. Il perimetro di rendicontazione utilizzato in questo documento include le informazioni relative alle attività svolte nell'anno 2023 da ESI S.r.l.

Il Report di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria e non rappresenta una Dichiarazione consolidata Non Finanziaria (DNF); la società non ricade, infatti, nel campo di applicazione del D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 che, in attuazione della Direttiva 2014/95/UE, prevede l'obbligo di redazione di una DNF per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie dimensionali quantitative.

## I riferimenti utilizzati

La redazione del Report di Sostenibilità è avvenuta attraverso la selezione degli indicatori contenuti nei *GRI Sustainability Reporting Standards* pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione di rendicontazione "Referenced". Il set di indicatori GRI Standards utilizzati per la rendicontazione è indicato nell'*Indice dei contenuti GRI* del presente documento.

I principi generali applicati per la redazione del Report di Sostenibilità sono quelli stabiliti dai GRI Standards, ovvero: *rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza.*

Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta dalla società e gli impatti da esso prodotti.

La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un'analisi di rilevanza delle tematiche materiali per la società e per il settore di riferimento, come descritto nel paragrafo Analisi di materialità e stakeholder engagement. Tale analisi, quale parte del percorso di sostenibilità, ha visto il coinvolgimento del Top Management in un'attività di valutazione delle tematiche e conseguente attribuzione di un valore in considerazione di due diversi aspetti: l'importanza e la priorità di intervento per la società.

L'analisi verrà ulteriormente sviluppata e approfondita nel corso dei periodi successivi, attraverso lo svolgimento di una o più attività di ascolto degli stakeholder e la rendicontazione del contributo della società al raggiungimento degli obiettivi definiti.

Il Report di Sostenibilità è redatto con cadenza annuale ed è pubblicato nel sito ufficiale della società: [www.esi.it](http://www.esi.it). Per richiedere maggiori informazioni in merito a quanto riportato all'interno del documento è possibile contattare il seguente indirizzo e-mail: [esi@esi.it](mailto:esi@esi.it).

# Indicatori GRI

Nella presente sezione, si riportano i dettagli relativi agli indicatori GRI utilizzati nel documento per una maggiore chiarezza e comparabilità delle performance ESG nel triennio di riferimento.

## GRI 201-1 – Valore economico generato e distribuito

### Valore economico direttamente generato e distribuito

	2022	% on tot.	2023	% on tot.
<b>Valore economico generato e ricevuto</b>	<b>60.333.596€</b>	<b>100,0%</b>	<b>60.908.693€</b>	<b>100,0%</b>
Valore economico generato	60.064.422€	99,5%	60.901.993€	99,99,0%
Valore economico ricevuto	269.175€	0,5%	6.700€	0,01%
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>44.215.735€</b>	<b>74,4%</b>	<b>45.595.118€</b>	<b>74,9%</b>
Fornitori	33.942.318€	57,1%	33.519.628€	55,0%
Amministratori e sindaci	41.600€	0,1%	41.600€	0,1%
Risorse umane	6.936.529€	11,7%	7.052.691€	11,6%
Banche e altri finanziatori	129.040€	0,2%	132.503€	0,2%
Pubblica Amministrazione	2.933.016€	4,9%	4.620.031€	7,6%
Comunità locale	233.233€	0,4%	228.663€	0,4%
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>16.117.862€</b>	<b>25,6%</b>	<b>15.313.575€</b>	<b>25,1%</b>
<i>di cui utile di esercizio</i>	<i>11.357.159€</i>	<i>18,8%</i>	<i>8.575.753€</i>	<i>14,0%</i>

## GRI 204-1 - Pratiche di approvvigionamento

### Budget di spesa destinato a fornitori locali

	2022	2023
Italia	80%	78%
UE	18%	12%
Extra-UE	2%	10%
<b>Totale complessivo</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## GRI 2-7 - Lavoratori

### Dipendenti per genere

	2022	2023
Donne	32	32
Uomini	82	88
<b>Totale complessivo</b>	<b>114</b>	<b>120</b>

### Dipendenti per tipologia di contratto

	2022	2023
<b>Tempo Determinato</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
Donna	1	-
Uomo	-	-
<b>Tempo Indeterminato</b>	<b>113</b>	<b>120</b>
Donna	31	32
Uomo	82	88
<b>Totale complessivo</b>	<b>114</b>	<b>120</b>

### Dipendenti per forma di impiego

	2022	2023
<b>Full-time</b>	<b>105</b>	<b>111</b>
Donna	23	23
Uomo	82	88
<b>Part-time</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
Donna	9	9
Uomo	0	0
<b>Totale complessivo</b>	<b>114</b>	<b>120</b>

## GRI 2-8 – Lavoratori non dipendenti

### Lavoratori non dipendenti

	2022	2023
Appaltatori	-	4
Tirocinanti	6	4
<b>Totale complessivo</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

## GRI 401-1 - Turnover

### Nuove assunzioni

Per fascia d'età	2022	2023
Fino a 29 anni	-	5
30-50 anni	2	2
50 anni	-	1
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>8</b>

## Cessazioni

Per fascia d'età	2022	2023
Fino a 29 anni	-	-
30-50 anni	4	1
50 anni	1	1
<b>Totale</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

## Turnover

	2023
Turnover positivo - assunzioni	7,0%
Turnover negativo - cessazioni	1,8%
<b>Turnover complessivo</b>	<b>8,8%</b>

## GRI 403-9 - Infortuni sul lavoro

## Numero di incidenti

	2022	2023
N. tot. dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
N. tot. di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	-	-
<b>Totale complessivo di infortuni sul lavoro registrabili</b>	<b>5</b>	<b>3</b>

## Tipologia di incidenti

	2022	2023
Caduta e scivolamento	-	1
Incidenti sulla strada	3	-
Colpi da - Urto da/contro	2	2

## GRI 404-1 - Formazione

## Ore medie formazione

	Unità	2022			2023		
		donne	uomini	totale	donne	uomini	totale
Dirigenti	h	-	51	51	-	46	46
Quadri	h	14	1	2	122	17	29
Impiegati	h	3	5	3	10,7	42	22
Operai	h	1	1	1	36	17	19
<b>Totale</b>		<b>3</b>	<b>43,8</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>22</b>	<b>21</b>

## GRI 405-1 - Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

## Organi di governo per genere

	2022			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Consiglio di Amministrazione	-	3	3	-	3	3
Collegio sindacale	-	1	1	-	1	1
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## Organi di governo per fascia d'età

	2022				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Consiglio di Amministrazione	-	-	3	3	-	-	3	3
Collegio sindacale	-	-	1	1	-	-	1	1
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## Dipendenti per figura professionale e genere

	2022			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	3	3	-	4	4
Quadri	1	8	9	1	8	9
Impiegati	25	11	36	25	14	39
Operai	6	60	66	6	62	68
<b>Totale</b>	<b>32</b>	<b>82</b>	<b>114</b>	<b>32</b>	<b>88</b>	<b>120</b>
<i>Percentuale</i>	<i>28%</i>	<i>72%</i>	<i>100%</i>	<i>27%</i>	<i>73%</i>	<i>100%</i>

## Dipendenti per figura professionale e fascia d'età

	<30	30-50	>50	Totale	>30	30-50	>50	Totale
	Dirigenti	-	1	2	3	-	1	3
Quadri	-	3	6	9	-	3	6	9
Impiegati	1	28	7	36	3	30	6	39
Operai	10	43	13	66	12	42	14	68
<b>Totale</b>	<b>11</b>	<b>75</b>	<b>28</b>	<b>114</b>	<b>15</b>	<b>76</b>	<b>29</b>	<b>120</b>
<i>Percentuale</i>	<i>10%</i>	<i>66%</i>	<i>24%</i>	<i>100%</i>	<i>13%</i>	<i>63%</i>	<i>24%</i>	<i>100%</i>

## Categorie protette per figura professionale e genere

	2022			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Operai	-	6	6	-	6	6
Impiegati	-	-	0	-	-	0
<b>Totale</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

GRI 302-1 - Energia consumata all'interno dell'organizzazione<sup>19</sup>

Consumo di carburante	UdM	2022	2023	UdM	2022	2023
Consumo gasolio – combustione stazionaria gruppo elettrogeno di sicurezza	L	20,00	20,00	GJ	0,71	0,71
Consumo gasolio flotta aziendale	L	33.429,93	28.303,89	GJ	1.190,11	1.007,05
Consumo benzina flotta aziendale	L	5.666,94	8.839,16	GJ	185,31	289,04
GPL	L	-	25,54	GJ	-	0,61
Consumo totale di carburante	L	39.116,87	37.188,59	GJ	1.376,13	1.297,98
Consumo di gas metano	UdM	2022	2023	UdM	2022	2023
Consumo gas metano per riscaldamento	m3	23.030,00	23.632,00	GJ	785,32	805,85
Consumo di energia elettrica	UdM	2022	2023	UdM	2022	2023
Consumo di energia elettrica media tensione	kWh	1.607.611,00	1.488.449,00	GJ	5.786,97	5.358,42
<b>Totale energia consumata</b>				<b>GJ</b>	<b>7.958,08</b>	<b>7.462,25</b>

## GRI 302-3 - Intensità energetica

	UdM	2022	2023
Consumi energetici	GJ	7.948,85	7.462,25
Prodotti finiti venduti	pz	16.392.331	16.716.632
<b>Indice di intensità energetica</b>		<b>0,00048</b>	<b>0,00045</b>

## 303-3 - Prelievo idrico | 303-4 - Scarico di acqua | 303-5 - Consumo di acqua

## Risorse Idriche

	UdM	2022	2023
Prelievo idrico – da acquedotto	m <sup>3</sup>	6.214	5.418
Scarico idrico	m <sup>3</sup>	2.622	2.756
<b>Totale acqua consumata</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>3.591</b>	<b>2.66</b>

19. Fattori di conversione utilizzati:

- Gasolio: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - EN ISO 3675
- Benzina: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - ISO 1716
- Gas metano: Tabella 1 Delibera EEN 9/11
- Energia elettrica: PCC 2021 GWP 100 Vers.1.00

## GRI 305-1 - Emissioni dirette di GHG

GRI 305-2 - Emissioni indirette di GHG da consumi energetici<sup>20</sup>

CATEGORIA		2022 <sup>21</sup>	2023
SOTTOCATEGORIA	Attività	VALORE DI EMISSIONE GHG location-based [t CO <sub>2</sub> e]	VALORE DI EMISSIONE GHG location-based [t CO <sub>2</sub> e]
<b>SCOPE 1 - Emissioni dirette di GHG</b>			
1.1 Emissioni dirette da combustione stazionaria	Consumo gasolio – combustione stazionaria gruppo elettrogeno di sicurezza	0,05	0,05
	Consumi gas metano per riscaldamento	48,36	49,63
1.2 Emissioni dirette da combustione mobile	Consumo gasolio flotta aziendale	88,06	74,56
	Consumo benzina flotta aziendale	13,70	21,37
<b>Valore totale Scope 1</b>		<b>150,17</b>	<b>145,65</b>
<b>SCOPE 2 - Emissioni indirette di GHG</b>			
2.1 Emissioni indirette da consumo di elettricità importata	Consumo di energia elettrica media tensione	483,50	447,66
<b>Valore totale Scope 2</b>		<b>483,50</b>	<b>447,66</b>
<b>Valore totale Scope 1 &amp; Scope 2</b>		<b>633,68</b>	<b>593,31</b>

## GRI 305-4 Intensità delle emissioni di GHG

	UdM	2022	2023
Totale delle emissioni di scope 1 e scope 2	t CO <sub>2</sub> e	633,68	593,31
Prodotti finiti venduti	pz	16.392.331	16.716.632
Indice di intensità energetica		3,86571E-05	3,549E-05

20. • Gas naturale: DEFRA 2023 Fuels - Gaseous fuels - Natural gas (100% mineral blend) - I

• Gasolio - flotta aziendale: Ecoinvent 3.9.1 transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | Cutoff, U

• Benzina - flotta aziendale: Ecoinvent 3.9.1 transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | Cutoff, U

• Energia elettrica - mix ISPRA - Fattori di emissione per la produzione ed il consumo di energia elettrica in Italia (Stima dei fattori di emissione di gas serra dal settore elettrico per la produzione lorda di energia elettrica al netto dai pompaggi. 2023p).

21. I dati relativi all'annualità 2022 sono stati modificato utilizzando i fattori di emissione aggiornati per consentire la comparabilità con l'annualità 2023.



# GRI content index

Esi Srl ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01.01.2022 – 31.12.2023 con riferimento agli standard GRI.

STANDARD GRI	PAGINA
<b>INFORMATIVA</b>	
<b>GRI 2: Informativa Generale 2022</b>	
2-1 Dettagli organizzativi	88
2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	88
2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	88
2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	12; 16
2-7 Dipendenti	62; 90
2-8 Lavoratori non dipendenti	62; 91
2-9 Struttura e composizione della governance	44
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4; 22
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	30
2-30 Contratti collettivi	62
<b>GRI 3: Informativa su temi materiali 2022</b>	
3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	30
3-2 Elenco di temi materiali	30
<b>GRI 201: Performance economiche 2016</b>	
201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	47; 90
202-2 Proporzioni di senior manager assunti dalla comunità locale	62
<b>GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016</b>	
204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali	16; 90
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	
302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	80; 94
302-3 Intensità energetica	94
303-3 Prelievo idrico	84; 94
303-4 Scarico di acqua	84; 94
303-5 Consumo di acqua	84; 94
<b>GRI 305: Emissioni 2016</b>	
305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	82; 95
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	82; 95
305-4 Intensità delle emissioni di GHG	95

STANDARD GRI	PAGINA
<b>INFORMATIVA</b>	
<b>GRI 306: Rifiuti 2020</b>	
306-3 Rifiuti prodotti	86
306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	86
306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	86
<b>GRI 401: Occupazione 2016</b>	
401-1 Nuove assunzioni e turnover	91
401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	66
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>	
403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	70
403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	70
403-9 Infortuni sul lavoro	70; 92
403-10 Malattie professionali	70
<b>GRI 404: Formazione e istruzione 2016</b>	
404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	68; 92
<b>GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016</b>	
405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	44; 64; 93
405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	64
<b>GRI 406: Non discriminazione 2016</b>	
406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	66
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016</b>	
416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	48
416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	48
<b>GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016</b>	
417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	52
417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	52
417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	52

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto con il supporto metodologico di:





**ESI srl**

Sede legale

Corso Ferrari 74/6

17011 Albisola Superiore (SV) Italy