



REPORTING ESG

Environment, Social and Governance, la chiave per il futuro

LETTERA DAL MANAGEMENT

Innovazione, soddisfazione dei nostri clienti e passione sono stati negli anni i principali elementi chiave che hanno caratterizzato il nostro business. Ma il nostro commitment non si limita a quello: il nostro obiettivo è quello di rafforzare costantemente il nostro impegno nei confronti della comunità in cui operiamo, rispettando le persone che vi fanno parte, l'ambiente in cui vivono e la sostenibilità del nostro business.

La soddisfazione dei nostri clienti ha da sempre guidato il nostro business, spingendoci a garantire un alto livello qualitativo sia in termini di prodotto che di servizio offerto. Il nostro impegno nella comunità a cui apparteniamo ci ha sempre visto attori protagonisti con progetti e soluzioni pratiche e fruibili.

Ma forse questo non è sufficiente. Dobbiamo impegnarci tutti nel perseguire un business sostenibile e, pertanto, abbiamo deciso di intraprendere il nostro percorso con l'obiettivo di diventare un esempio di realtà impegnata proattivamente alla sostenibilità, allo sviluppo di un business con obiettivi chiari nel lungo termine, alla trasparenza e all'inclusività.

È nostra convinzione che il futuro dipende dalla nostra volontà di perseguire questi obiettivi, per garantire un futuro a noi, ma anche a tutti i nostri stakeholders.

Citando Gandhi, «Il futuro dipende da ciò che farai oggi».

Massimiliano Mancini

CEO FlavourArt



REPORTING ESG

ANALISI DI MATERIALITÀ

Nel corso del 2021, per comprendere e dare priorità alle principali tematiche in ambito di sostenibilità per FlavourArt, è stata svolta un'analisi di materialità. Ovvero un'analisi volta ad identificare quali sono i temi rilevanti per FlavourArt, rispetto ai temi che i suoi *stakeholders* reputano maggiormente rilevanti.

Il percorso intrapreso da FlavourArt è stato inizialmente focalizzato sulla sola FlavourArt Srl, con l'obiettivo di estendere progressivamente il perimetro di analisi a tutto il gruppo.

Al fine di individuare l'universo dei temi potenzialmente rilevanti per il settore e di guidare FlavourArt nell'analisi di materialità, è stata svolta un'analisi interna ed esterna che ha preso in considerazione input provenienti da diverse fonti, fra cui anche le indicazioni fornite dal SASB (*Sustainability Accounting Standards Board*).

Per la prospettiva esterna, gli *stakeholders* considerati sono stati i *peers* utilizzati in una fase preliminare di benchmarking per il settore *Food Retailers & Distributors*, arricchita con considerazioni derivanti dalle analisi di mercato.

Per la prospettiva interna, invece, il Top Management della Società è stato chiamato ad esprimersi e valutare singolarmente i temi potenzialmente rilevanti.

Il risultato di queste attività è tradotto nella matrice di materialità qui riportata.

TEMI IDENTIFICATI COME MATERIALI

I temi identificati come materiali sono risultati i 12 presenti nella matrice, suddivisi, in base alle indicazioni del SASB, nelle seguenti categorie: *Business model & Innovation*, *Environment*, *Human Capital*, *Leadership & Governance* e *Social Capital*.

All'interno della categoria *Business model & Innovation* i temi più rilevanti sono risultati i seguenti:

- 1 *Physical Impact of Climate Change;*
- 2 *Materials Sourcing & Efficiency;*
- 3 *Supply Chain Management;*
- 4 *Innovation;*
- 5 *Product Design & Lifecycle Management.*

All'interno della categoria *Environment* i temi più rilevanti sono risultati i seguenti:

- 6 *Waste & Hazardous Material Management;*
- 7 *Ecological Impact.*

All'interno della categoria *Human Capital* i temi più rilevanti sono risultati i seguenti:

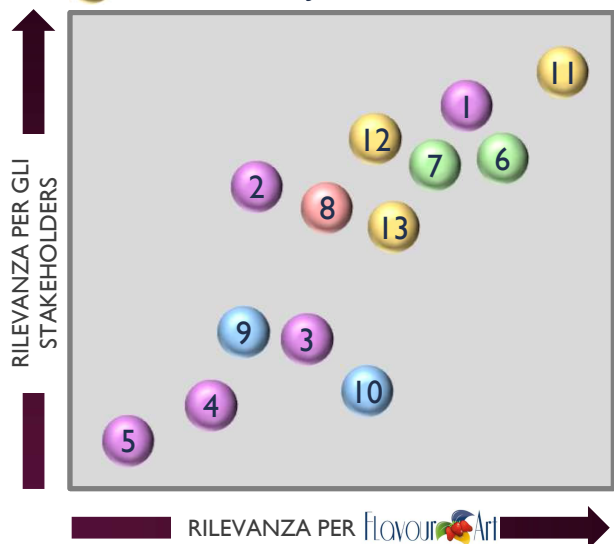
- 8 *Employee Health & Safety.*

All'interno della categoria *Leadership & Governance* i temi più rilevanti sono risultati i seguenti:

- 9 *Business Ethics;*
- 10 *Management of the Legal & Regulatory Environment.*

All'interno della categoria *Social Capital* i temi più rilevanti sono risultati i seguenti:

- 11 *Product Quality & Safety;*
- 12 *Human rights & Community relations;*
- 13 *Customer Welfare.*



--- BUSINESS MODEL & INNOVATION ---

INNOVAZIONE ED ENERGIA SOSTENIBILE

Con la realizzazione del nuovo stabilimento produttivo, il Management di FlavourArt ha valutato l'opportunità di implementare un impianto fotovoltaico.

L'obiettivo è di rispondere al fabbisogno energetico per il tramite di energia rinnovabile, fornendo alla rete pubblica le eccedenze di produzione, aumentando pertanto la quota di energia rinnovabile presente nella rete.

Il progetto, il cui completamento è previsto entro il 30 giugno 2022, prevede pertanto l'installazione di pannelli fotovoltaici per una potenza complessiva di 74 kW, a copertura del fabbisogno energetico complessivo di FlavourArt.

CLEARSTREAMONWARD

Clearstream Onward è un progetto di ricerca applicata svolto tramite una azienda indipendente e altamente specializzata in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, volto a misurare la sicurezza degli aromi FlavourArt. Le indagini sono durate 4 anni e hanno coinvolto oltre 100 prodotti coprendo tutti gli aromi più venduti nel settore dell'inalazione ed hanno richiesto l'uso di metodiche ad alto valore predittivo e di intensità tecnologica. Le ricerche hanno fornito dati utili a migliorare il profilo di sicurezza di alcuni prodotti, produrre nuove evidenze scientifiche pubblicate su riviste internazionali, e a supportare le sfidanti procedure regolatorie in diversi paesi nel mondo (dai paesi dell'Unione Europea agli Stati Uniti e Canada).

Il progetto è finalizzato a verificare l'impatto derivante dalla vaporizzazione dei prodotti FlavourArt sull'apparato respiratorio. Ai fini della

conduzione delle attività, sono stati esposti al vapore del liquido sia cellule dei vasi sanguigni (endotelio vascolare) che cellule dei polmoni (epitelio polmonare). L'analisi non è stata condotta ricorrendo a cavie di laboratorio, ma esclusivamente campioni di tessuti, confrontando l'esposizione delle stesse ai vapori dei prodotti FlavourArt e a fumi "tossici".

----- ENVIRONMENT -----

LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE

A dicembre 2021 si è tenuto l'audit per il rinnovo della certificazione ai sensi della norma ISO 14001:2015.

In sede di audit da parte dei certificatori, è stato riscontrato che tutte le osservazioni presentate da parte dei certificatori nel corso del precedente audit sono state implementate con successo.

A fronte di suddetto audit, sono emersi alcuni punti di miglioramento per il rafforzamento del Sistema di Controllo Ambientale, ma che non hanno pregiudicato il conseguimento della certificazione né l'identificazione di non conformità (minori o maggiori).

Tale risultato valorizza ulteriormente il commitment da parte del Management sulla corretta gestione delle normative in materia ambientale.

Non conformità alla ISO 14001:2015

0 non conformità maggiori

0 non conformità minori

----- HUMAN CAPITAL -----

UN PIANO DI WELFARE AZIENDALE INTEGRATIVO

Da sempre FlavourArt si adopera per essere un valido supporto per i propri dipendenti.

In tale ambito, FlavourArt ha adottato ed implementato un Piano di Welfare aziendale consistente in un trattamento di natura assistenziale e sanitario integrativo al trattamento obbligatorio di legge e di quello eventualmente previsto dal CCNL, al fine di migliorare la soddisfazione dei propri lavoratori e/o collaboratori (Consiglieri componenti il Consiglio di Amministrazione, Dirigenti, impiegati e operai assunti a tempo indeterminato o a tempo determinato di durata superiore ai 12 mesi, nonché gli apprendisti assunti con contratto di apprendistato professionalizzante o di alta formazione).

Il Piano di Welfare include fra i beneficiari anche: il coniuge non legalmente ed effettivamente separato dal beneficiario; i figli legittimi o legittimati o naturali o adottivi del beneficiario; i fratelli e le sorelle del beneficiario; i genitori / adottanti; i suoceri e le suocere; i generi e le nuore.

----- LEADERSHIP & GOVERNANCE -----

UN RINNOVATO IMPEGNO ETICO

I temi connessi all'Etica ed al rispetto delle normative hanno sempre guidato il percorso di FlavourArt.

Nel 2021, FlavourArt ha rinnovato il proprio impegno verso il rafforzamento del proprio sistema di governance implementando ed adottando un Sistema di Controllo Interno compliant con i requisiti previsti dal D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231.

Tale progetto è stato strutturato in modo tale da

fornire una chiara overview della Società, mappando le aree maggiormente a rischio di commissione dei reati di cui al suddetto decreto, coinvolgendo tutto il personale di FlavourArt, ed identificando le carenze nel proprio Sistema di Controllo Interno e predisponendo, conseguentemente, un piano di azione per il rafforzamento della propria Governance. In tale ambito, tutto il personale di FlavourArt si è adoperato al fine di avviare le azioni identificate e garantire una piena collaborazione nella loro implementazione.

Ma l'impegno di FlavourArt non si è esaurito con l'implementazione di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231. FlavourArt ha inoltre adottato un Codice Etico, strumento di portata generale finalizzato alla promozione di una "deontologia aziendale", che la Società riconosce come propria e della quale richiede l'osservanza da parte di tutti i Dipendenti, gli Amministratori, i Consulenti ed i Partner commerciali nonché tutti coloro che instaurano rapporti o relazioni con la Società.

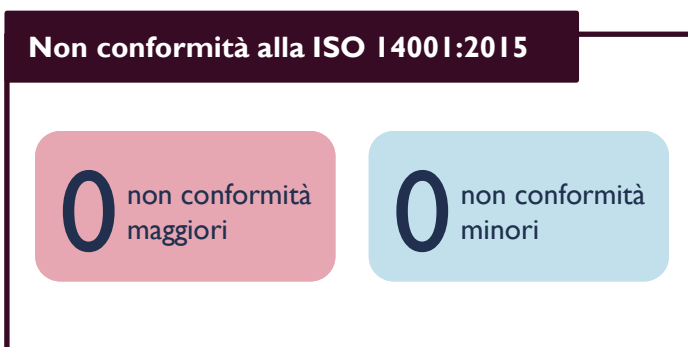
Infine, FlavourArt ha deciso di rafforzare il commitment da parte di tutta la Società prevedendo sessioni formative sui temi trattati dal Decreto Legislativo, anche al fine di condividere con tutto il personale i nuovi strumenti di governance adottati. Nel corso di suddette sessioni formative, il Management di FlavourArt ha sottolineato anche l'importanza del canale di segnalazione (Whistleblowing) che FlavourArt ha messo a disposizione dei propri dipendenti per segnalare ogni sospetta violazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo o del Codice Etico al neo-nominato Organismo di Vigilanza.

SOCIAL CAPITAL

LA QUALITÀ AL SERVIZIO DEI NOSTRI CLIENTI

Per mantenere un alto livello di soddisfazione dei clienti, nonché al fine di garantire degli standard qualitativi elevati, FlavourArt si è da sempre impegnata nel mantenimento di un processo produttivo che risponda appieno agli standard di riferimento.

In tale ambito, a ottobre del 2021, FlavourArt ha ottenuto il rinnovo della certificazione UNI EN ISO 9001:2015, senza che venissero rilevate non conformità, a dimostrazione dell'impegno che la Società ha adottato nell'implementazione di un Sistema per la Qualità in conformità con quanto richiesto dalla norma.



La Società ha inoltre avviato l'iter per l'ottenimento della certificazione ISO 22000:2018 per la gestione della sicurezza alimentare, fra i cui principi fondamentali si ricordano i "principi HACCP" (Hazard Analysis & Critical Control Points), ovvero il controllo dei processi produttivi e la verifica di sicurezza, aspetto già considerato nell'ambito del sistema dei controlli di FlavourArt. Il conseguimento della certificazione ISO 22000:2018 è previsto nel corso del 2022.

I CLIENTI SEMPRE AL PRIMO POSTO

Ma l'impegno nei confronti dei propri clienti non si esaurisce con la Certificazione del Sistema per la Qualità, ma anche con riferimento a specifiche iniziative volte a soddisfare le richieste di specifiche comunità.

In questo ambito, FlavourArt ha ottenuto la certificazione Kosher e la certificazione Halal su alcuni prodotti del brand Hedessent, a dimostrazione dell'attenzione posta anche alle richieste specifiche delle comunità, senza pregiudizi.

FLAVOURART PER IL SOCIALE

Nel corso del 2021, FlavourArt ha rinnovato il proprio impegno nel sociale, tramite erogazione liberale di € 11.400 in favore di Progetti Di Utilità Sociale S.r.l., acquistando uno spazio pubblicitario su automezzo per la durata di 2 anni.

