



**“Il cibo e le parole entrano
in una Persona e hanno la
capacità di cambiarla”**

Il racconto di un’Impresa che ogni giorno
ne sente la responsabilità e il privilegio



Lettera agli stakeholder
Presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2021

08 Alce Nero è

1.1	Il 2021 in numeri	12
1.2	La storia di Alce Nero	14
1.3	Il Gruppo Alce Nero: la multifiliera italiana del Biologico	18
1.4	L'assetto societario	24
1.5	I Soci	28
1.6	I Valori e la Mission	34
1.7	L'idea di sostenibilità di Alce Nero	38
1.8	I fattori di unicità del modello Alce Nero	40
1.9	Il Piano di Sostenibilità e l'analisi di materialità	46
1.10	Il Governo del Gruppo	50
1.11	Gestione dei rischi	52

56 I prodotti

2.1	Il modello di sviluppo prodotti Alce Nero	60
2.2	Le linee guida di prodotto	62
2.3	Qualità e Sicurezza dei fruitori	72
2.4	I prodotti Trasformativi di Alce Nero	80
2.5	L'impegno sul packaging	88

96 Le comunità

3.1	Agricoltori	100
3.2	Fruitori	114
3.3	Bambini	116
3.4	Partnership di valore	118
3.5	Clienti e canali	122
3.6	Collaboratori	126

136 Valore per tutti

4.1	Creazione di Valore Economico	138
-----	-------------------------------	-----

142 Ambiente

5.1	La scelta totalizzante dell'Agricoltura Biologica	146
5.2	Consumi ed emissioni	152
5.3	Scelta dei materiali e rifiuti	156
5.4	Logistica e trasporti	162

164 Metodologia

6.1	Nota metodologica	166
-----	-------------------	-----

Lettera agli stakeholder

I due anni di crescita positiva che ci siamo lasciati alle spalle, in un momento di crisi senza precedenti, ci hanno stimolato ancora di più a riflettere su alcune dinamiche che stanno modificando profondamente il contesto economico e sociale, nazionale e internazionale.

In questa riflessione emergono alcune domande cruciali: qual è il contributo che Alce Nero (modestamente e nel nostro piccolo) può dare al percorso di sviluppo sostenibile che oggi il mondo, tutto il mondo e necessariamente, è chiamato ad affrontare? Come produttori di un cibo di qualità, promotori di un progetto che coinvolge migliaia di agricoltori e milioni di utilizzatori finali, qual è il nostro ulteriore compito? Quale nuova sfida affrontare per rispondere ad un momento critico in cui è la stessa relazione “Uomo – Pianeta Terra” a provocare distorsioni con effetti spesso irreversibili che potrebbero compromettere il futuro di intere generazioni? Cosa possiamo fare, di più e meglio?

Il nostro modello di business – naturalmente orientato al coinvolgimento inclusivo, trasparente e paritario degli stakeholder, finalizzato alla creazione e ripartizione del valore oramai da tanti anni – cerca di rispondere positivamente a queste istanze attraverso la disseminazione sul territorio dei valori di un'agricoltura pulita e rispettosa dell'Ambiente e l'offerta di un cibo di qualità che nutre bene corpo e anima. Oggi crediamo sia necessario alzare ancora di più il tiro. La sostenibilità che abbiamo raggiunto, e che il mondo esterno già ci riconosce, non è un punto di arrivo ma la tappa di un percorso di evoluzione del nostro modo di pensare e agire responsabile.

Da queste riflessioni – e lasciatemi dire da un dovere che abbiamo e che sta nel nostro DNA – nasce la decisione di strutturare maggiormente questo percorso, comunicandolo in modo oggettivo e trasparente a tutti i nostri Stakeholder. Questo nuovo progetto – centrato sul fare di più, ancora di più, per lo sviluppo prospero e sostenibile di Alce Nero – ci vedrà tutti coinvolti: Soci azionisti, Fornitori, Clienti, Fruttori e naturalmente le Persone che ogni giorno lavorano in Alce Nero.

Ognuno di noi sarà responsabile del raggiungimento dei traguardi che ci siamo posti, un impegno che comincia oggi e non terminerà mai. Questa sarà per noi anche l'occasione per sperimentare un modo nuovo di lavorare che va nella direzione di una sempre maggiore inclusività, della valorizzazione delle diversità e della creazione partecipativa.

Massimo Monti
Amministratore Delegato

Presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2021

Questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità vede la luce dopo un lungo periodo di riflessione durante il quale ci siamo interrogati su quale fosse lo strumento più adatto a descrivere, non solo i principali impatti economici, sociali e ambientali di Alce Nero, ma anche le peculiarità del nostro modello di fare impresa che affonda le sue radici nell'avanguardia stessa della sostenibilità.

L'urgenza richiesta dal contesto attuale ci ha spinto ad adottare un documento che fosse redatto secondo regole globalmente condivise e codificate, confrontabile e consultabile da tutti, anche da quanti non conoscono Alce Nero e non ne hanno mai assaggiato i prodotti.

Questo report è quindi il primo **frutto del nostro approccio**, da 40 anni in continua evoluzione, **alla Sostenibilità** ed è stato realizzato grazie alla collaborazione delle Direzioni e Funzioni aziendali Qualità, Marketing, Vendite, Logistica, Acquisti e Risorse Umane.

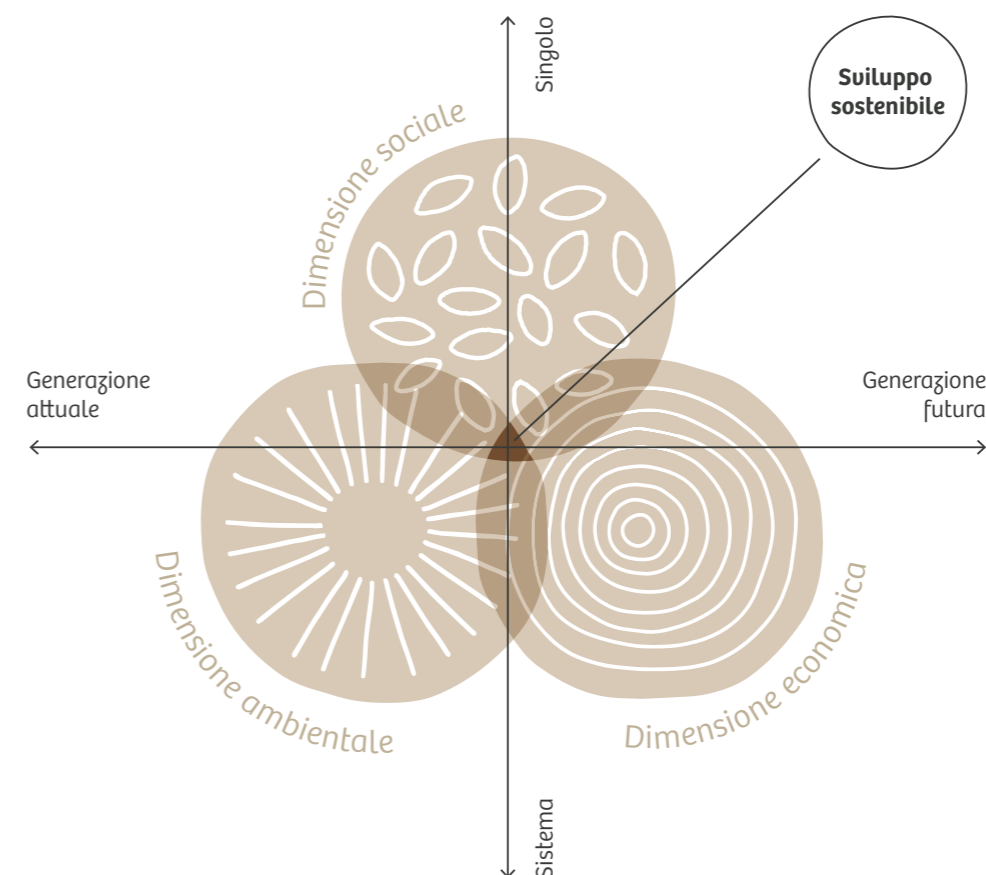
In questo primo anno di rendicontazione si è deciso di riferire il rapporto solo ad **Alce Nero S.p.a.** e non comprendere nel perimetro di analisi le Società controllate Alce Nero Fresco S.p.a. e Alce Nero Freddo S.p.a. che commercializzano rispettivamente prodotti freschi e surgelati. Laddove presenti, i dati delle due Business Unit sono stati evidenziati. Inoltre, **l'impegno dell'azienda per il futuro** è coinvolgere sempre di più i propri produttori nel disegno condiviso di una **visione agro-industriale italiana davvero trasformativa**, sia per i produttori che per i fruitori.

Ci preme inoltre sottolineare che nei giorni in cui si sta finalizzando la scrittura del bilancio, è in atto una guerra alle porte dell'Europa, una guerra che sta già manifestando gravi ripercussioni sul mercato alimentare e sulla stabilità mondiale, oltre a costituire un'emergenza umanitaria di cui tutti dobbiamo occuparci.

Il conflitto in Ucraina ha messo in luce alcune debolezze del sistema alimentare italiano ed europeo come la dipendenza dalle importazioni di materie prime ai nostri confini ma ha, purtroppo, anche messo in secondo piano l'avanzamento di alcune decisioni politiche tra cui quelle relative alla proposta sull'uso sostenibile dei Pesticidi in UE nell'ambito della strategia Farm To Fork favorendo, allo stesso tempo, il movimento di alcune lobby che hanno l'obiettivo di contrastare l'avanzamento del percorso di sviluppo sostenibile dell'UE.

In questo contesto, che si rivela emergenziale su più fronti, incluso quello del cambiamento climatico, **crediamo che l'equilibrio tra la dimensione economica, sociale e ambientale** che la sostenibilità persegue come obiettivo ultimo, sia un valore da sostenere con determinazione e risolutezza. Nella nostra rappresentazione queste **tre dimensioni** si collocano lungo **due assi**:

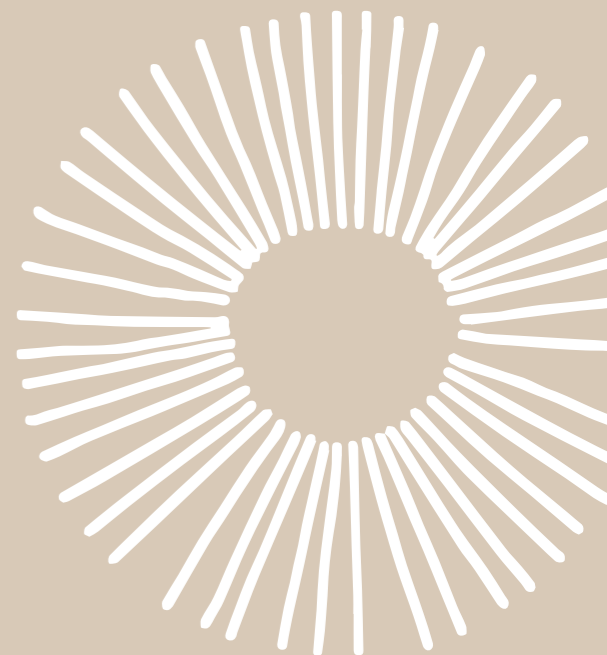
- l'asse delle ascisse che considera la **durabilità nel tempo** e la necessità di considerare gli impatti futuri del nostro agire odierno;
- l'asse delle ordinate che considera le **influenze delle terze parti**, muovendosi da un piano individuale ad un piano sistemico.



È in questo piano immaginario che Alce Nero si sta muovendo e si muoverà nel prossimo futuro.

CAP 1

Alce Nero è





Il 2021 in numeri

1.1

13

ALCE NERO È

100%
Bio

71
Mio Euro
Fatturato¹

14.800
mq magazzino

7
Soci agro-industriali

97
collaboratori di
cui il **56% donne**

32
referenze
Fairtrade

80%
referenze con
materie prime
Italiane²

95%
trasformate in Italia

68%
valore fatturato da
prodotti dei Soci

16.500
tonnellate di
prodotti biologici
venduti nel 2021

53
paesi serviti

329
referenze da
0 a 99 anni

31
nuovi prodotti
lanciati nel 2021

**Prima marca in
Italia per notorietà**
+ di 4.000.000 di
famiglie acquirenti

¹ Il fatturato indicato non include i prodotti a marchio Alce Nero commercializzati da Alce Nero Fresco e Alce Nero Freddo. Considerando questi prodotti il fatturato totale marchio Alce Nero nel 2021 è pari a 75,6 Mio Euro.

² Come da Reg. UE 848/2018: per l'indicazione del luogo ove sono state coltivate le materie prime agricole di cui il prodotto è composto possono essere omessi piccoli quantitativi di ingredienti, in termini di peso, purché la quantità totale degli ingredienti omessi non superi il 5% della quantità totale in peso di materie prime agricole.

La storia di Alce Nero

1.2

Pionieri del biologico dal 1978

La storia del marchio inizia negli anni '70. È una storia di cambiamento, responsabilità e innovazione.

È la storia di un incontro: quello tra *Conapi* (il Consorzio Nazionale Apicoltori, fondato nel 1984 dalla precedente Cooperativa Apistica Valle dell'Idice che ebbe inizio nel 1978) in Emilia-Romagna e la *Cooperativa Agrobiologica Alce Nero*, nata nelle Marche.

Ad unirle la stessa visione: quella di una **responsabilità forte verso la Terra**, la terra come organismo vivo e fertile e l'idea del biologico come pratica agronomica ed ambientale dal quale ricavare cibo e nutrimento per le Persone.

A quel tempo non esisteva ancora una legge che regolamentasse il biologico. Alce Nero diventava allora **una voce distintiva sul mercato**, contro corrente. Lo stesso logo lo racconta: Alce Nero, Capo spirituale della tribù Sioux Oglala, cavalca in direzione opposta portando con grande forza il suo messaggio in altre terre, oltre i confini ed oltre i limiti, poiché **visioni nuove e innovative** sono sempre possibili.

Coerentemente con questa prospettiva, da allora Alce Nero lavora per liberare le terre dai veleni, preservando la biodiversità e rispettando la Terra e le Persone che la abitano. Opera con determinazione e con responsabilità, scegliendo di dare valore ai volti e ai territori che continuano a disegnare questa storia condivisa.

Gli agricoltori Soci del marchio sono i protagonisti di questo cambiamento e i primi interpreti del suo cibo. Nel 1978 **Alce Nero ha deciso di essere filiera**: scegliendo i campi, le Persone, gli ingredienti e curando il proprio progetto dalla terra alla dispensa.

Ha scelto di innovare, sempre. È **un'impresa aperta**. Un'avventura che oggi opera in Italia su 5.000 ettari³ convertiti al biologico e continuamente in crescita.

³ Il numero degli agricoltori ivi riportato è limitato alle sole materie prime strategiche come definite nella nota numero 6 a pagina 41 e non si riferisce quindi alla totalità degli agricoltori/ettari che contribuiscono direttamente e indirettamente alla realizzazione dell'intero assortimento di prodotti a marchio Alce Nero.



1970



1973

Nasce **Alce Nero Cooperativa Agrobiologica** (nelle Marche)

1978

I primi prodotti a marchio **Alce Nero** sono uenduti nei negozi specializzati

Viene fondata la **Cooperativa Apistica Valle dell'Idice** in Emilia-Romagna

1980



1990

1994

Viene fondata **La Cooperativa Apistica Valle dell'Idice** diventa **Conapi - Consorzio Nazionale Apicoltori**

1999

Le due cooperative conferiscono i loro marchi e mercati per vendere le rispettive produzioni in **MediterraBio S.r.l.**

2000

2004

Alce Nero Cooperativa Agrobiologica vende tutte le quote della sua partecipazione a **MediterraBio** che diventa una S.p.a.

2006

MediterraBio S.p.a. prende il nome dai due marchi di proprietà, diventando **Alce Nero & Mielizia S.p.a.**

Viene fondata **Alce Nero Asia**, una Joint Venture per lo sviluppo del mercato asiatico

2006-2008

Entrano nuovi Soci agricoltori e trasformatori in **Alce Nero & Mielizia S.p.a.**



2010

2014

Nasce **Alce Nero S.p.a.** dopo che il Socio Conapi esce dalla compagine acquistando il ramo d'azienda relativo alla commercializzazione dei prodotti apistici e del marchio **Mielizia**

2016

Viene fondata **Mediterre.bio** per unire singoli agricoltori e cooperative di Puglia, Basilicata, Calabria ed Emilia, che producono grano duro e tenero, e di olio extra vergine di oliva

2017

Nasce **Alce Nero Fresco S.p.a.**, società dedicata allo sviluppo del mercato dei prodotti freschi

2018

Nasce **Alce Nero Freddo S.p.a.**, società dedicata allo sviluppo del mercato dei prodotti surgelati

2019

La Cesenate Conserve Alimentari acquista le azioni di Conapi diventando il Socio di riferimento

Nasce **RAN**, società dedicata al settore del fuori casa

2020

2020

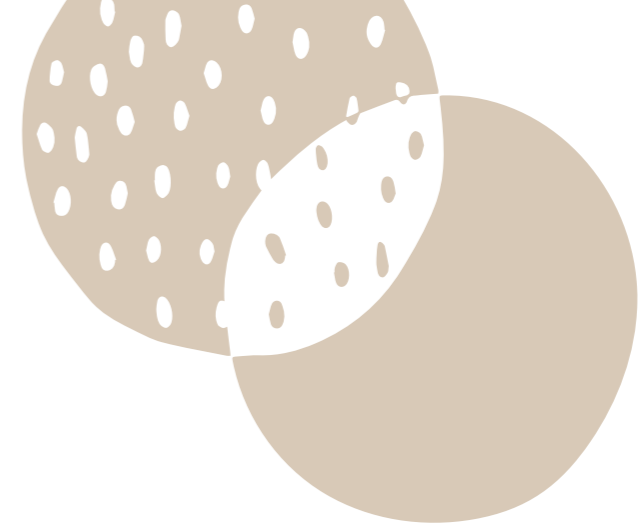
La sede di Alce Nero S.p.a. è a Castel San Pietro Terme (Bologna)



Il Gruppo Alce Nero: la multifiliera italiana del Biologico

1.3

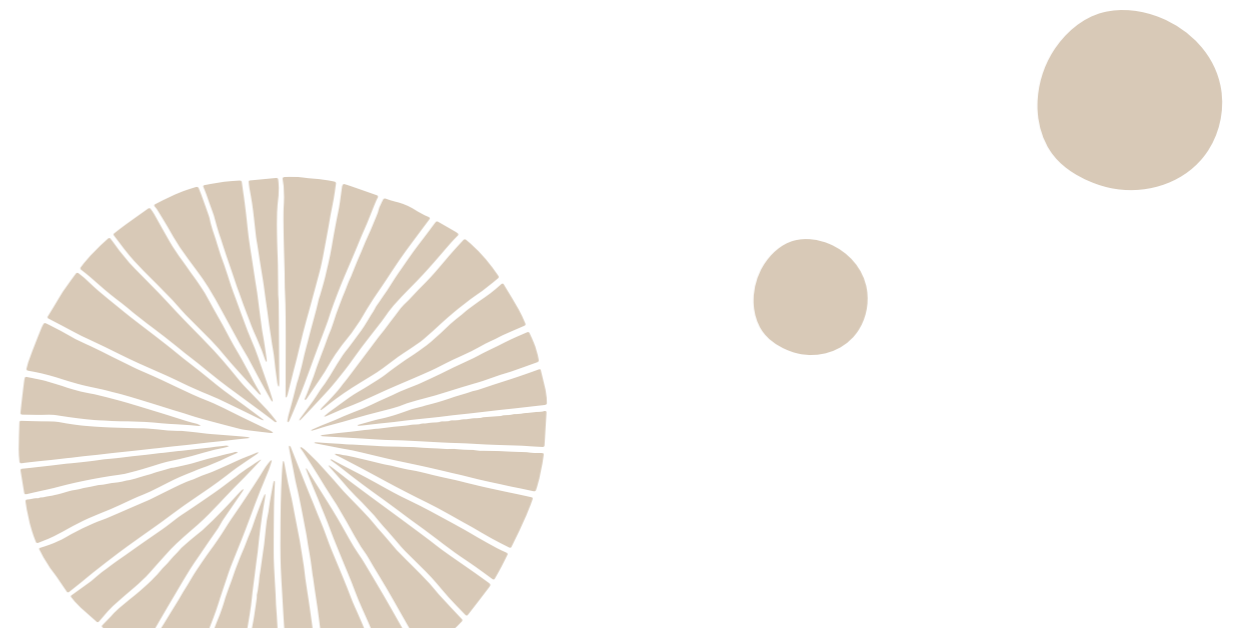
“Nella ormai lunga catena del cibo è venuta meno la relazione tra chi lo produce e chi lo fruisce: nessuno si conosce, nessuno sa dell’altro. I produttori di Alce Nero sono invece artigiani protagonisti, artefici di un cibo che rappresenta nutrimento per il corpo ma anche per l’anima in quanto espressione della relazione tra Persone e dell’interazione tra Persone e Terra, uniti tutti da una relazione stretta, consapevole e affettiva con la terra, con le piante che coltivano e con gli animali che allevano, nell’impegno per la qualità.”



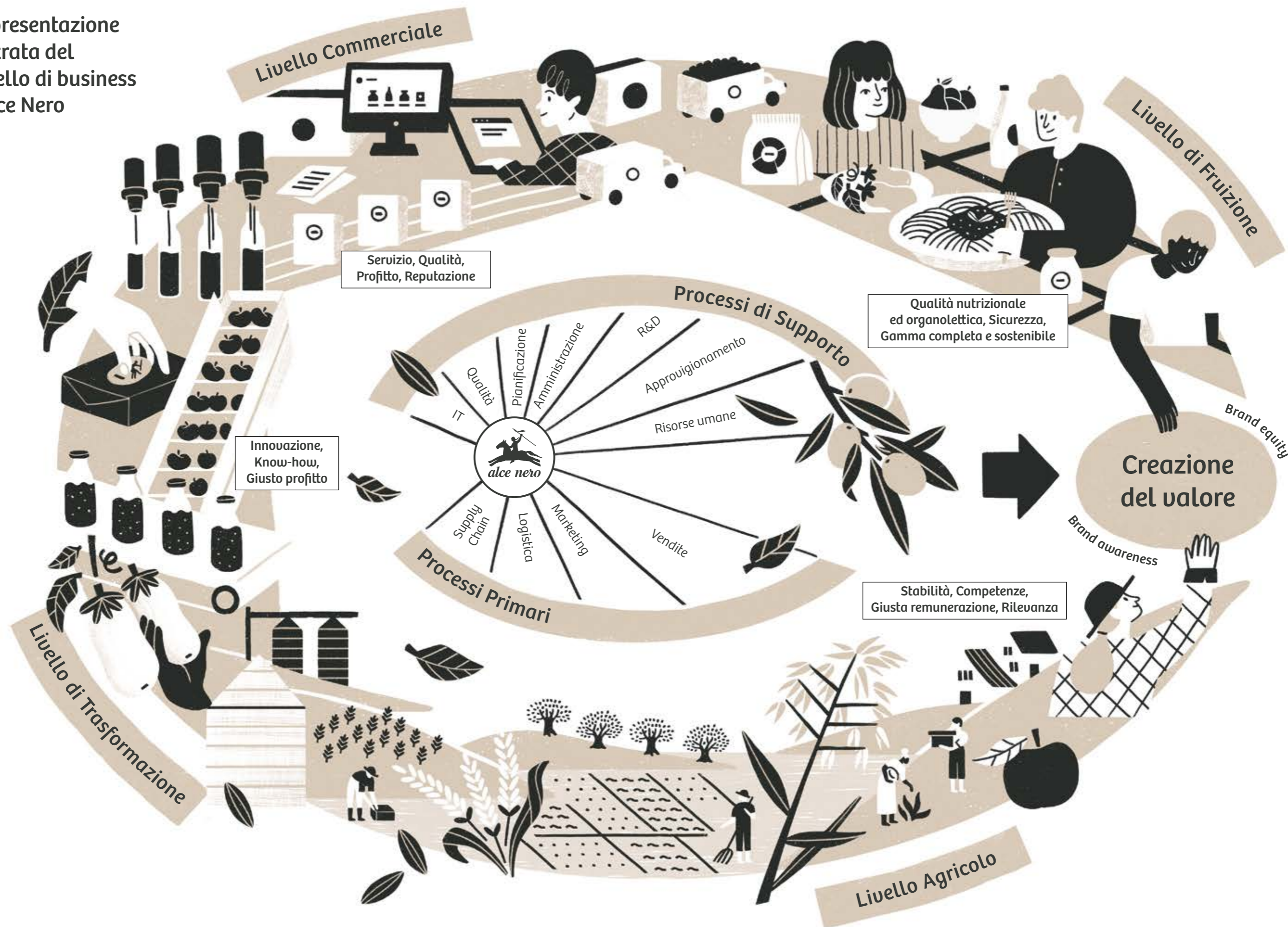
40 anni fa nasce la prima idea di Alce Nero, ovvero di un’azienda con una forte impronta cooperativa e un alto impegno su aspetti sociali (come il non abbandono delle terre marginali, i valori della “civiltà contadina”, il coinvolgimento delle persone, l’attenzione alla salute e il contrasto all’utilizzo della chimica), che si impone presto in Italia come **leader e pioniere del biologico** e come esempio di impresa ispirata da **valori da sempre orientati ai principi di sostenibilità**.

Il perseguimento di tali principi si concretizza nel **modello di creazione del valore di Alce Nero** in cui sono gli stessi azionisti ad essere le imprese agricole e le industrie agro-alimentari che coltivano e trasformano i prodotti. La **sostenibilità** è quindi prima di tutto **un impegno alla responsabilità dell’intera filiera nei confronti dell’ambiente**, che mette a disposizione le materie prime, e nei confronti di **coloro che scelgono i prodotti biologici del marchio**.

Alce Nero è una **Società per Azioni** che ha conservato e valorizzato aspetti di norma centrali nelle società Cooperative: i Soci sono **agricoltori e trasformatori** che hanno creduto – investendo per affermare una Marca, condividendone produzione e sviluppo strategico, ponendola al centro della propria visione imprenditoriale – nel **biologico come mezzo**, come l’unico metodo possibile per produrre un cibo che faccia bene alla terra, a chi la coltiva e a chi si nutre dei suoi prodotti.



Rappresentazione illustrata del modello di business di Alce Nero



↑ Nella pagina precedente

Rappresentazione illustrata del modello di business di Alce Nero

Essa riporta i quattro livelli di interesse principali a cui l’azienda si riferisce: il livello agricolo, quello di trasformazione, il piano commerciale e quello della fruizione dei prodotti. Nei primi tre livelli sono coinvolti direttamente Soci e partner, nel quarto i fruitori.

Al centro del modello, la catena del valore, rappresenta la funzione di Alce Nero che, attraverso i suoi processi primari e di supporto, interagisce con i differenti livelli della filiera generando valore grazie ad una relazione osmotica continua.

È attraverso lo scambio proficuo, integrato e coerente tra Alce Nero e i diversi piani, nella funzione di coordinamento che assume l'azienda, che come output si avvalorano la brand equity e la brand awareness di Alce Nero sul mercato.

L’intera filiera è monitorata dai Soci trasformatori e dalla stessa Alce Nero tramite il suo Dipartimento Qualità all’interno del quale è presente anche un ufficio agronomico. Il modello di gestione prevede infatti una continua sinergia a partire dalla pianificazione delle semine e dei “trapianti” (nel caso di colture non seminatvie), alle fasi di raccolta, trasformazione, confezionamento e arrivo al magazzino Alce Nero.

Alce Nero S.p.a., inoltre, partecipa ad altri importanti progetti costruiti sul marchio Alce Nero e due sul food service.

Società collegata	Oggetto sociale
Alce Nero Asia (Compartecipata al 50%)	Joint Venture con il Gruppo francese Denis, costituita con l’obiettivo di distribuire i prodotti Alce Nero nel mercato del Far East.
Alce Nero Fresco (Controllata)	Frutto della strategica collaborazione siglata a luglio 2017 con Brio S.p.a. e La Linea Verde Soc. Agricola S.p.a. azienda leader in Italia nella produzione e distribuzione di prodotti di IV gamma.
Alce Nero Freddo (Controllata)	Azienda che produce e commercializza prodotti surgelati biologici grazie all’unione con Roncadin S.p.a., che dal 1992 produce pizze surgelate per il mercato nazionale e internazionale.
Berberè (Partecipata)	Azienda nata nel 2010 con l’obiettivo di servire una pizza artigianale di elevata qualità che oggi gestisce 15 pizzerie di proprietà in Italia e 1 pizzeria nel centro di Londra.
RAN (Controllata)	NewCo dedicata alla diffusione dei valori distintivi del biologico nei canali indoor e outdoor più ricercati (come turismo esperienziale, catering ed eventi) che si avvale della collaborazione dello chef Simone Salvini.

Il nostro significato di filiera

“Filiera oggi più che mai sembra essere un’entità astratta e alla portata di tutti. È sufficiente una contrattualistica (nemmeno troppo evoluta) e l’esistenza di un flusso di materiali e di informazioni (non necessariamente trasparenti e strutturate) affinché una catena di attori che partecipano alla realizzazione di un prodotto, di un semilavorato, di un servizio, si possa definire filiera. Nella nostra visione questo non basta.

La nostra definizione di filiera è: uno spazio di relazioni attuali o potenziali, in cui gli attori scambiano il più possibile CIRCOLARMENTE beni tangibili e intangibili al fine di generare un aumento del valore CONDIVISO, della filiera tutta, inclusi i consumatori finali e l’Ambiente.

La nostra core value chain abbraccia e comprende tutte le fasi che vanno dalla produzione della materia prima agricola alla distribuzione al cliente finale. Qui il termine “comprendere” ha volutamente un doppio significato: contenere in sé ma anche rendersi ragione. Per essere filiera è necessario quindi comprenderla, e per comprenderla appieno credo si possa far riferimento a 2 dimensioni: quella umana e quella di bene comune.

Filiera in questo senso significa dar valore all’essere umano, al suo sviluppo e al suo lavoro e concederci la chance di pensare che non siamo solo, come nella teoria economica classica, individui razionali che puntano esclusivamente alla massimizzazione del profitto, ma soggetti attivamente pensanti che hanno la libertà di decidere cosa ha valore e cosa no e come utilizzare le risorse che abbiamo a disposizione, economiche e non. Come agricoltori e trasformatori di Alce Nero riconosciamo e agiamo il valore di un’agricoltura pulita che rifiuta la chimica, il valore che ha un organismo vegetale che, per diventare materia prima di qualità, deve crescere su un suolo sano e in un ambiente che non sia sottoposto a pressioni tali da pregiudicarne la capacità di autorigenerarsi.

Il significato della nostra filiera non sta quindi solo nell’organizzare al meglio le varie “operations” (cosa che potrebbero fare in molti e forse in modo più efficiente di noi) per generare prodotti di elevata qualità e sicurezza, ma risiede anche e soprattutto nel valore – non monetizzabile e difficilmente rendicontabile in un bilancio civilistico – del nostro modello d’impresa, circolare e virtuoso, che abilita tra le diverse parti coinvolte (terra, imprese agricole, imprese di trasformazione, cittadini, consumatori, dipendenti, azionisti) scambi reciprocamente vantaggiosi e orientati alla tutela di un bene comune e superiore. Questo bene comune si chiama Natura, è l’ambiente in cui viviamo ma che, attenzione, non possediamo. Ne siamo parte integrante, ne siamo membri ed è dall’interazione tra uomo e natura che discende la nostra possibilità di prosperare nel tempo, durabilmente. L’essere umano abita la terra e ‘habitus’ in questo senso ha l’accezione antropologica di adattamento attraverso l’entrare in relazione con ciò che sta dentro e ciò che sta fuori. Tuttavia, oggi ci comportiamo come se la Terra fosse solo un deposito da cui estrarre infinite risorse, perdendo completamente di vista la dimensione locale, l’importanza del luogo e delle diversità culturali e ambientali in nome di un universalismo dilagante, oggi ancor più manifesto a causa dei recenti accadimenti legati alla pandemia.

La nostra sfida per il futuro sarà quella di spingere tutti i nostri stakeholder a ripensare e rafforzare questo legame valorizzando sempre di più l’interazione organica e rispettosa tra luogo, socialità e natura.”

Erika Marrone, Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità

L'assetto societario 1.4

10 Soci agro-industriali, 3 stabilimenti produttivi in Italia, 1 in Svizzera dedicato alla lavorazione del cioccolato e 1 in Perù a quella dello zucchero di canna integrale: La Cesenate Conserve Alimentari S.p.a., Brio S.p.a., Pastificio Felicetti S.p.a., Cooperativa Norandino, Consorzio Libera Terra Mediterraneo, Chocolat Stella S.A., Pompadour Tè S.r.l., Molino De Vita S.r.l., Apo Conerpo Soc. Coop., e ancora, Mediterre.Bio S.r.l. che a sua volta coinvolge 11 tra agricoltori, allevatori e trasformatori uniti in un'alleanza nel segno dell'agricoltura biologica.

Alce Nero S.p.a. è la società commerciale che ha l'obiettivo di diffondere e distribuire i prodotti dei propri Soci, localizzata a Castel San Pietro Terme in provincia di Bologna. Conta 97 dipendenti e nel corso del 2021 ha prodotto 71 milioni di Euro di fatturato⁴.

Tre dimensioni della sostenibilità

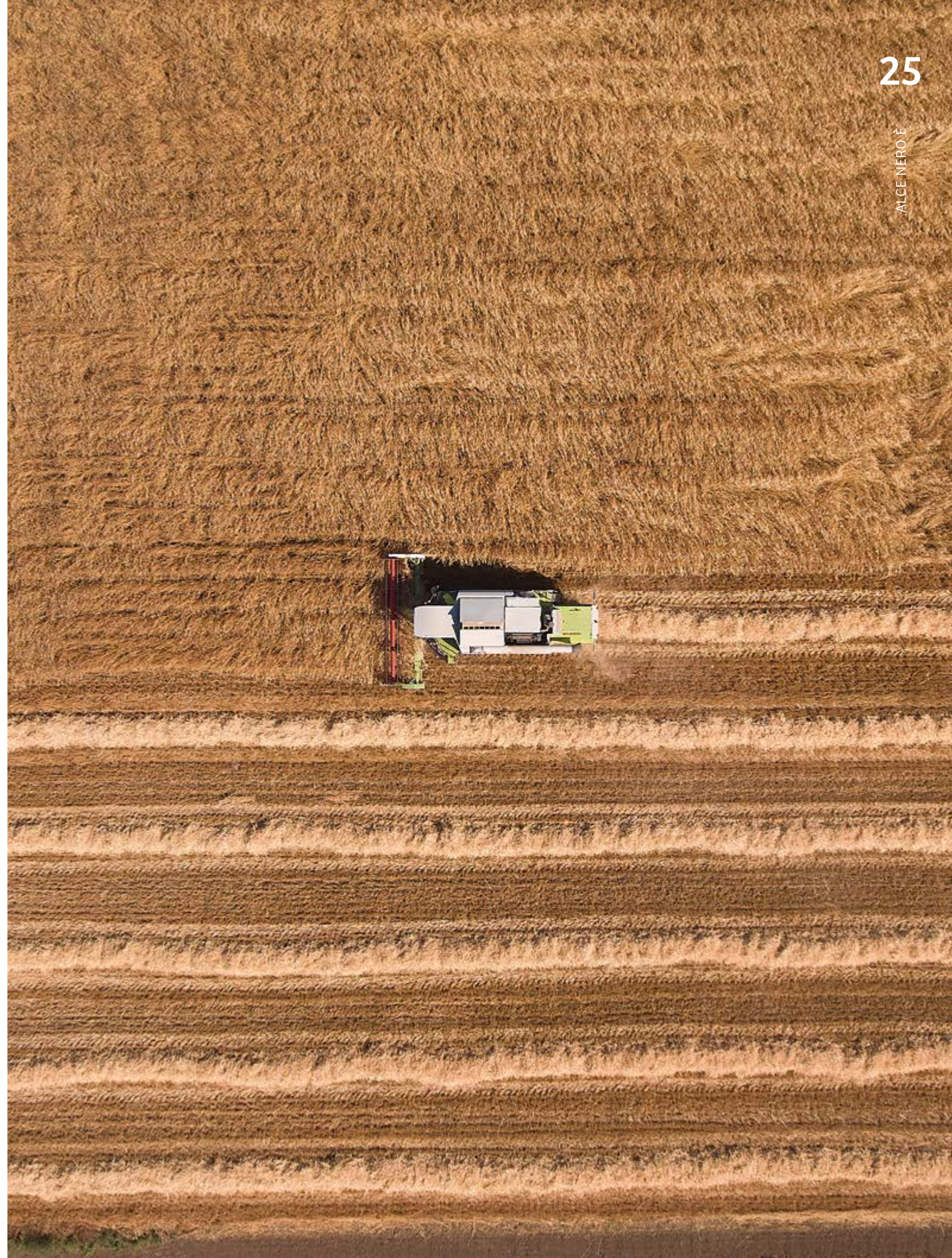
Spesso, quando si parla di sostenibilità, si dà per scontata l'imprescindibilità della **sostenibilità economica** per un'azienda, enfatizzando quella **ambientale**: essa è invece una delle **tre dimensioni** insieme a quella **sociale** e a quella **economica**, su cui Alce Nero dà sempre insiste.

Dal punto di vista emergenziale, certamente la sostenibilità ambientale è quella che presenta un carattere di maggiore urgenza, perché c'è a rischio la specie umana, ma non è sempre al primo posto se si considerano le condizioni che potranno garantire un'**effettiva sostenibilità a lungo termine per le Persone e per il nostro Pianeta**.

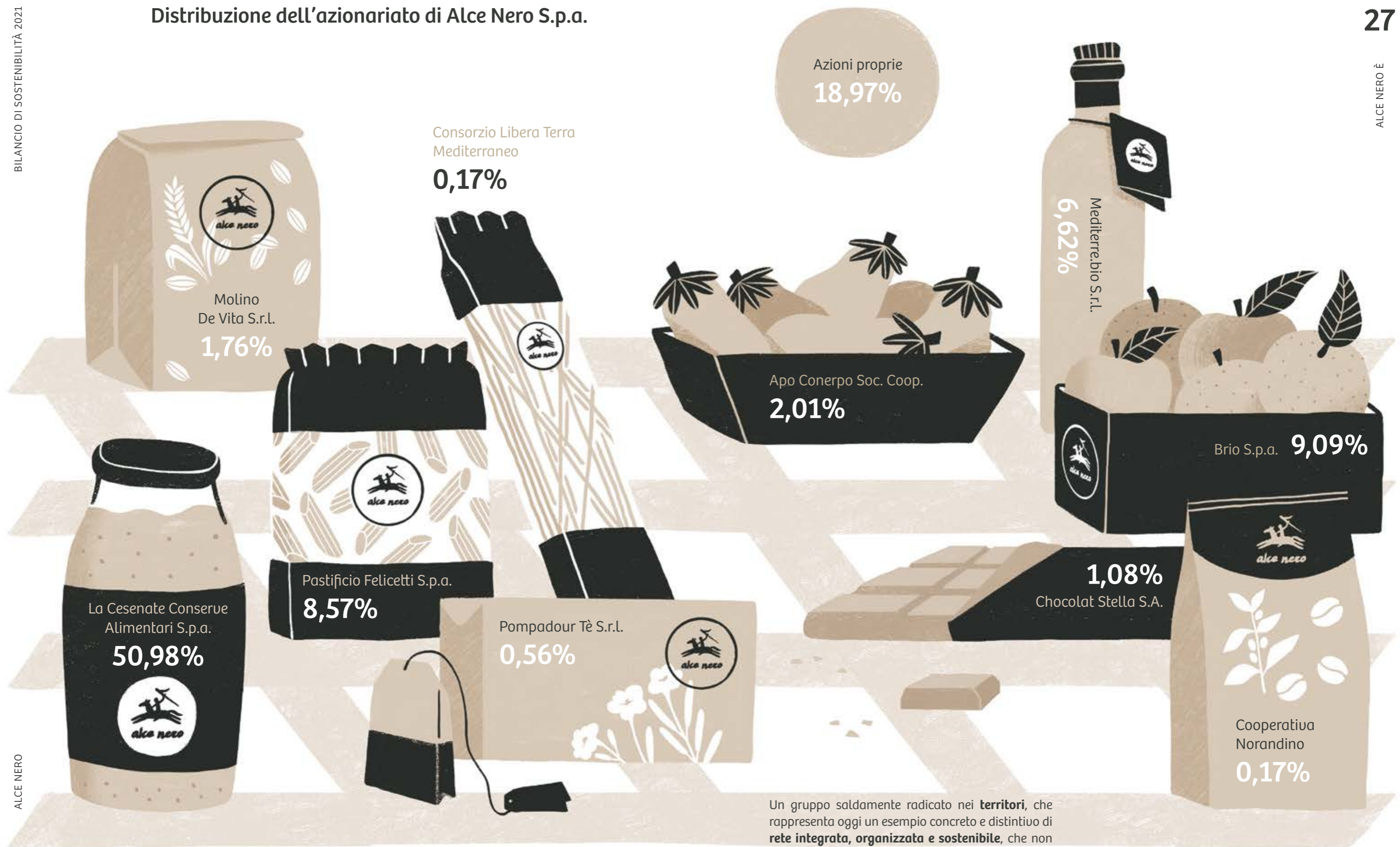
La **sostenibilità di tutte le 3 dimensioni per Alce Nero è il fine ultimo**: abbiamo costruito un **modello di business** che coniuga una grande attenzione alla dimensione sociale e ambientale, occupandoci per prima cosa di portare sulle tavole un cibo che nutre in modo corretto e coltivato solo in biologico, nel rispetto dei territori, dando grande attenzione alla sostenibilità economica. Quest'ultima viene perseguita da un lato, **remunerando l'eccellenza dei nostri agricoltori e trasformatori in modo giusto**, dall'altro, attraverso la definizione di un premium price per i nostri prodotti per i quali i nostri fruitori ci riconoscono valore, know-how, garanzia di qualità e, quindi, di sostenibilità. Caratteristiche che ci vengono attribuite anche dalla rete commerciale con la quale abbiamo costruito rapporti solidi e di reciproca gratificazione. Questo è fulcro di ogni attività imprenditoriale ed elemento centrale per lo sviluppo futuro.

Massimo Monti, Amministratore Delegato

⁴ Il fatturato indicato non include i prodotti a marchio Alce Nero commercializzati da Alce Nero Fresco e Alce Nero Freddo. Considerando questi prodotti il fatturato totale marchio Alce Nero nel 2021 è pari a 75,6 Mio Euro.



Distribuzione dell'azionariato di Alce Nero S.p.a.



Un gruppo saldamente radicato nei **territori**, che rappresenta oggi un esempio concreto e distintivo di **rete integrata, organizzata e sostenibile**, che non si limita a gestire filiere, ma che è **essa stessa filiera** con le sue **persone** e le sue **competenze al centro**.



La Cesenate Conserve Alimentari S.p.a.

La Cesenate Conserve Alimentari, nata nel 1949, è azienda leader nelle produzioni di frutta e pomodoro biologico. La coltivazione avviene in territori particolarmente vocati: sono oltre 1.000 gli ettari coltivati a pomodoro, pesche, pere, albicocche e mele in Emilia-Romagna e Toscana. Nell'arco di oltre mezzo secolo, La Cesenate si è trasformata da realtà produttiva di tipo familiare in solida realtà imprenditoriale. L'attenzione per il prodotto inizia dalla coltivazione, nei terreni più fertili d'Italia, e prosegue in ogni singola fase di lavorazione per garantire i più alti standard qualitativi.

Gli agronomi dell'azienda scelgono le varietà da coltivare e forniscono assistenza tecnica agli agricoltori durante tutto il ciclo agronomico. Le coltivazioni vengono controllate periodicamente, in particolare al momento del raccolto, per garantire la giusta maturazione dei frutti.

I processi produttivi rispettano le qualità naturali delle materie prime, utilizzando tecnologie avanzate basate sull'uso appropriato delle temperature di lavorazione: l'elevato livello di automazione permette di lavorare in tempi brevi, mantenendo inalterata la freschezza del pomodoro e della frutta. Oltre ai controlli analitici, le materie prime vengono selezionate sia nella fase di approvvigionamento che durante il processo produttivo; per il pomodoro, ad esempio, attraverso delle cernitrici ottiche. In tutte le fasi di produzione e lavorazione viene sempre garantita la completa tracciabilità del prodotto.

La Cesenate, grazie ai numerosi investimenti in innovazione, produce per Alce Nero anche omogeneizzati della linea baby food, bevande vegetali, zuppe, legumi lessati, verdure conservate, pesti e patè, composte e sughi.



Pastificio Felicetti S.p.a.

Fondato nel 1908, il Pastificio Felicetti porta avanti da quattro generazioni una produzione di specializzazione nell'alta Val di Fiemme. E se la montagna e i climi estremi sono ora ingredienti ricercati e apprezzati dai gourmet di tutto il mondo, non era lo stesso nei primi anni del Novecento, quando Valentino Felicetti ebbe l'intuizione che l'acqua di sorgente e l'aria d'alta quota potessero conferire alla pasta di grano duro un sapore distintivo. Ancora oggi è l'unico pastificio in Europa situato sopra i 1.000 metri di altitudine.

Il marchio Felicetti si caratterizza per la produzione mai convenzionale e per le sue scelte di campo. In primis, il biologico come metodo di lavoro irrinunciabile e condiviso con una filiera italiana che pratica l'esclusione dei fertilizzanti chimici e l'uso responsabile di

terreni e risorse, per evitare il depauperamento dell'ambiente. L'azienda ha scelto di utilizzare esclusivamente semole di provenienza nazionale (con la sola eccezione delle linee Kamut® khorasan), a vantaggio del presidio della qualità e dell'ambiente.

Altro tratto distintivo sono le paste monovarietalì, molto apprezzate nel canale horeca vocato alla cucina di ricerca; si tratta della linea Monograno Felicetti: solo semole biologiche monorigine, coltivate su terreni circoscritti che garantiscono una qualità superiore percepibile al palato, sempre più amata dagli chef e dagli appassionati di cucina.

La tensione verso la qualità e la sostenibilità orientano l'operato dell'azienda, che di recente ha lanciato il nuovo pack green, frutto di due anni di studio. I nuovi incarti sono realizzati al 100% in carta naturale di pura cellulosa certificata Pefc proveniente da foreste gestite responsabilmente, con termosaldatura a base d'acqua.

Brio S.p.a.

Brio S.p.a. nasce per volontà di 15 piccoli agricoltori che hanno condiviso i valori dell'agricoltura biologica e il forte legame con la terra. Oggi Brio è il produttore di riferimento per l'ortofrutta biologica a livello europeo. Aggregando 443 aziende agricole biologiche presenti in 14 regioni italiane, con una superficie coltivata pari a 1.690 ettari e una produzione annua di circa 45.000 tonnellate.

Per far sì che i prodotti raggiungano l'eccellenza e garanzie di freschezza, sapore e maturazione, Brio segue i propri Soci produttori lungo l'intera filiera scegliendo e coltivando varietà dalle caratteristiche organolettiche distintive. L'ampio assortimento di frutta e verdura, trasformato in impianti di avanguardia, viene garantito nel rispetto del disciplinare biologico e dell'ambiente perché coltivati in armonia con la terra.

Mediterre.bio S.r.l.

Società costituita a luglio 2016 con la volontà di consolidare la base agricola del gruppo Alce Nero, Meditterre.bio è formata da singoli agricoltori e cooperative di Puglia, Basilicata, Calabria ed Emilia-Romagna, produttori per la maggior parte di grano duro e tenero, e di olio extra vergine di oliva, tutti biologici.



Filiera dell'olio extra vergine di oliva italiano di Mediterre.Bio

Tra i Soci c'è Finoliva Global Service, una S.p.a. nata nel 2019. È una struttura di trasformazione e commerciale al servizio dei produttori, ne sono Soci: OP Oliveti Terra di Bari, Montalbano Agricola Alimentare Tosc., AOP Italia Oliuicola, Coopfond, Consorzio Italiano Oli, Cia Servizi, OP Consorzio Volontario Oliuicoltori e OP Associazione Oliuicola Crotonese. Finoliva coinvolge 24.000 produttori, 82 cooperative e frantoi aziendali, e 21 organizzazioni di produttori nelle regioni Puglia, Calabria e Sicilia.

È una realtà capace di associare sul territorio e valorizzare al massimo il prodotto olio extra vergine di oliva garantendo una giusta remunerazione ai produttori. L'olio, 100% italiano, è principalmente prodotto in biologico, seguono poi produzioni DOP, Bio DOP, IGP e altre, per una filiera tracciabile partendo dal più piccolo produttore per assicurare sempre l'origine e la qualità del prodotto.

Filiera del frumento italiano di Mediterre.Bio

La filiera del grano è presidiata in Mediterre.bio dalla Fondazione Emmaus, da diverse cooperative di produttori fra cui Coop. Daunia Bio e Coop. Lavorazione Prodotti Agricoli e da singole importanti aziende agricole, contando su un'estensione complessiva di oltre 2.400 ettari, tutti coltivati a biologico. Tutti sono impegnati da diversi anni nella coltura di grani antichi duri e teneri, tanto da essere i primi produttori italiani di grano duro Cappelli biologico.

Completano la compagine sociale i Molini Progeo, realtà emiliana oltre che una delle più grandi aziende di servizio agricolo e zootecnico in Italia, e il Molino De Vita che ha esteso la propria partecipazione nel gruppo Alce Nero anche all'interno di questo nuovo strumento di sviluppo agricolo al fine di rafforzarne le sue potenzialità di crescita in ambito cerealicolo.

La presenza dei mulini in Mediterre.bio di fatto sostiene ed alimenta una perfetta sinergia fra gli agricoltori Soci e il Pastificio Felicetti, anch'esso socio storico di Alce Nero, facendone una filiera unica in Italia nella sua specificità.

Molino De Vita S.r.l.

Il Molino De Vita ha la sua origine in un territorio a vocazione agricola notoriamente definito "il granaio d'Italia", sulle colline della Daunia sovrastanti l'area pianeggiante della provincia di Foggia tra gli antichi centri agricoli di Casalvecchio di Puglia, Casalnuovo Monterotaro e Torremaggiore. Proprio qui la natura esprime da sempre la sua generosità nelle favorevoli condizioni climatiche e per la conformazione fertilissima del terreno, stabilendo così la maggiore concentrazione della produzione di frumento duro. Ed è proprio dove sorge il Molino che nel XIII secolo esisteva l'antico monastero dei monaci Benedettini di "San Matteo di Sculgola" iniziatori della coltivazione dei migliori grani precursori dello storico grano Cappelli che fino a pochi anni fa ha colorato di biondo le colline circostanti. La famiglia De Vita si inserisce in questo contesto forte dell'amore tramandato da generazioni per un mestiere antico fatto di grande passione e dedizione, congiungendo la vocazione e la necessaria innovazione tecnologica.

Consorzio Libera Terra Mediterraneo

Libera Terra è l'anima agricola delle cooperative sociali che, sotto il segno dell'associazione Libera, gestiscono terreni e strutture confiscati alle mafie in Sicilia, Calabria, Puglia e Campania, coinvolgendo in questa attività di rilancio produttivo altri agricoltori biologici del Sud Italia che ne condividono gli stessi principi.

Libera Terra Mediterraneo è un consorzio, ONLUS, che raggruppa le cooperative Libera Terra, unite ad altri operatori che ne condividono i valori e gli obiettivi. Il consorzio nasce con lo scopo di mettere a fattor comune le attività agricole delle cooperative Libera Terra e di affrontare il mercato in maniera unitaria ed efficace.

Libera Terra Mediterraneo coordina le attività produttive delle cooperative. Segue, inoltre, la trasformazione delle materie prime agricole in prodotti finiti, curando tutte le fasi dello sviluppo del prodotto, dall'ideazione alla commercializzazione, dal campo allo scaffale. La creazione e la tutela di aziende agricole cooperative stabili e durature, così come i posti di lavoro che accolgono, e la diffusione di un sistema economico virtuoso e sostenibile diviene, infatti, possibile attraverso la creazione e la messa in commercio di prodotti ottimi, con un rapporto valore-prezzo tra i migliori in assoluto.

La massima valorizzazione delle materie prime e dei terreni da cui provengono guida ogni più piccola decisione. Un impegno necessario per restituire valore e bellezza alle terre libere dalle mafie.

Apo Conerpo Soc. Coop.

L'organizzazione di produttori Apo Conerpo, Socia di Alce Nero da luglio 2016, è leader in Europa nel settore dell'ortofrutta fresca.

Fondata nel 1967, e con sede a Villanova di Castenaso Bologna, racconta con i numeri il lavoro che da decenni porta avanti: 6.000 sono i Soci produttori, riuniti a loro volta in 50 cooperative distribuite nelle regioni ortofrutticole più significative del nostro Paese; 30.000 gli ettari coltivati a ortofrutta di cui 16.000 quelli coltivati a frutteto, per un totale di 1.000.000 di tonnellate di frutta e verdura conferite ogni anno; ed ancora, 91 strutture di lavorazione per 190 tecnici impegnati in sperimentazione, assistenza e controllo di qualità sul prodotto.

Ai numeri si aggiungono gli obiettivi: quelli di coltivare ottimi prodotti con tecniche agro-nomiche innovative, che tutelino l'ambiente e la salute dell'uomo, dalla campagna ai processi di controllo, stoccaggio e logistica.





Pompadour Tè S.r.l.

Nel 1964 il gruppo Pompadour, primo al mondo a commercializzare il tè in bustina, apre a Bolzano una piccola filiale con la vocazione di offrire solo la migliore qualità abbinata ad un gusto piacevole e ricercato. La sapiente selezione delle materie prime e la competenza in ambito di accostamento di profumi e sapori particolarmente ricercati, hanno portato negli anni una vera e propria rivoluzione nel mondo del tè, aprendo la strada a nuove declinazioni di gusto.



Chocolat Stella S.A.

Chocolat Stella è un'azienda di proprietà familiare, fondata in Svizzera nel 1928. Si distingue per la produzione di cioccolato di alta qualità ed è fra i pionieri delle produzioni biologiche e fair trade.

Votata al rispetto della tradizione svizzera nella lavorazione del cioccolato, Chocolat Stella ha due unità produttive e vanta una grande flessibilità in termini di ricette e formati. La selezione delle materie prime è rigorosa e il processo di produzione è continuamente monitorato. Grande attenzione viene posta nei processi di tostatura delle fave, raffinazione della massa e concaggio del cioccolato che devono essere adattate alle specifiche esigenze di ogni ricetta.

Chocolat Stella lavora per noi solo cacao prodotto dai nostri agricoltori Soci di Cooperativa Sin Fronteras, in particolare dal Costa Rica e Perù, ed è impegnata a migliorare continuamente le loro produzioni. E' così che dalla selezione delle migliori fave di cacao, nasce la nostra linea di tavolette di cioccolato Alce Nero Fairtrade, dal sapore particolarmente aromatico, dolce ed equilibrato nelle note acide ed amare.



Cooperativa Norandino

Nel corso del 2021 Cooperativa Norandino, storico produttore di zucchero e caffè di Alce Nero, acquista una piccola parte delle quote di Alce Nero diventandone Socio a tutti gli effetti.

La Cooperativa Agraria Norandino Ltda. si trova nel nord del Perù, in particolare nelle regioni di Piura, Tumbes, Amazonas, Cajamarca, Lambayeque e San Martín.

Oggi Norandino comprende 90 cooperative di piccoli coltivatori di caffè e zucchero di canna, che a loro volta raccolgono di più di 6.600 produttori.

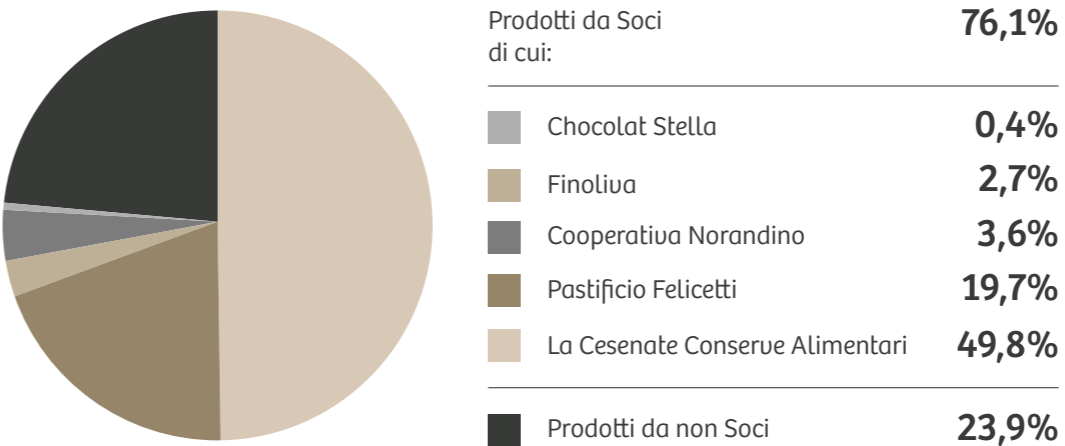
Dal 1995, anno di fondazione di CEPICAFE, anche grazie alla collaborazione con Alce Nero, la cooperativa offre a molti coltivatori la possibilità di avere un lavoro dignitoso, dopo anni in cui questi ultimi erano stati costretti a coltivare cocaina o a vendere il prodotto in anticipo, a intermediari locali e a prezzi bassi.

Ciò che accomuna i produttori Alce Nero è la condivisione dei valori sociali e ambientali che l'agricoltura biologica esprime e la volontà di gestire le relazioni umane e commerciali in modo equilibrato, leale e trasparente.

La multidimensionalità del Gruppo, delle relazioni e dei soggetti che lo compongono, copre in tal modo tutte le fasi della storia di un prodotto, dalla coltivazione alla distribuzione e rappresenta senza dubbio uno dei maggiori punti di forza del modello.

In questo modello, Alce Nero si configura come un hub centrale che scambia informazioni, gestisce operations, fornisce supporto in tutte le fasi di realizzazione del prodotto.

Ripartizione volumi di vendita 2021



Ripartizione referenze a marchio Alce Nero 2021

Marchio Alce Nero	N° referenze	% sul totale delle referenze
Alce Nero da produttori Soci	174	52,9%
Alce Nero da produttori non Soci	155	47,1%
Alce Nero Fairtrade	32	9,1%
Totale Alce Nero	329	100%

Alce Nero Fresco	28
Alce Nero Freddo	22
Totale Marchio Alce Nero	379

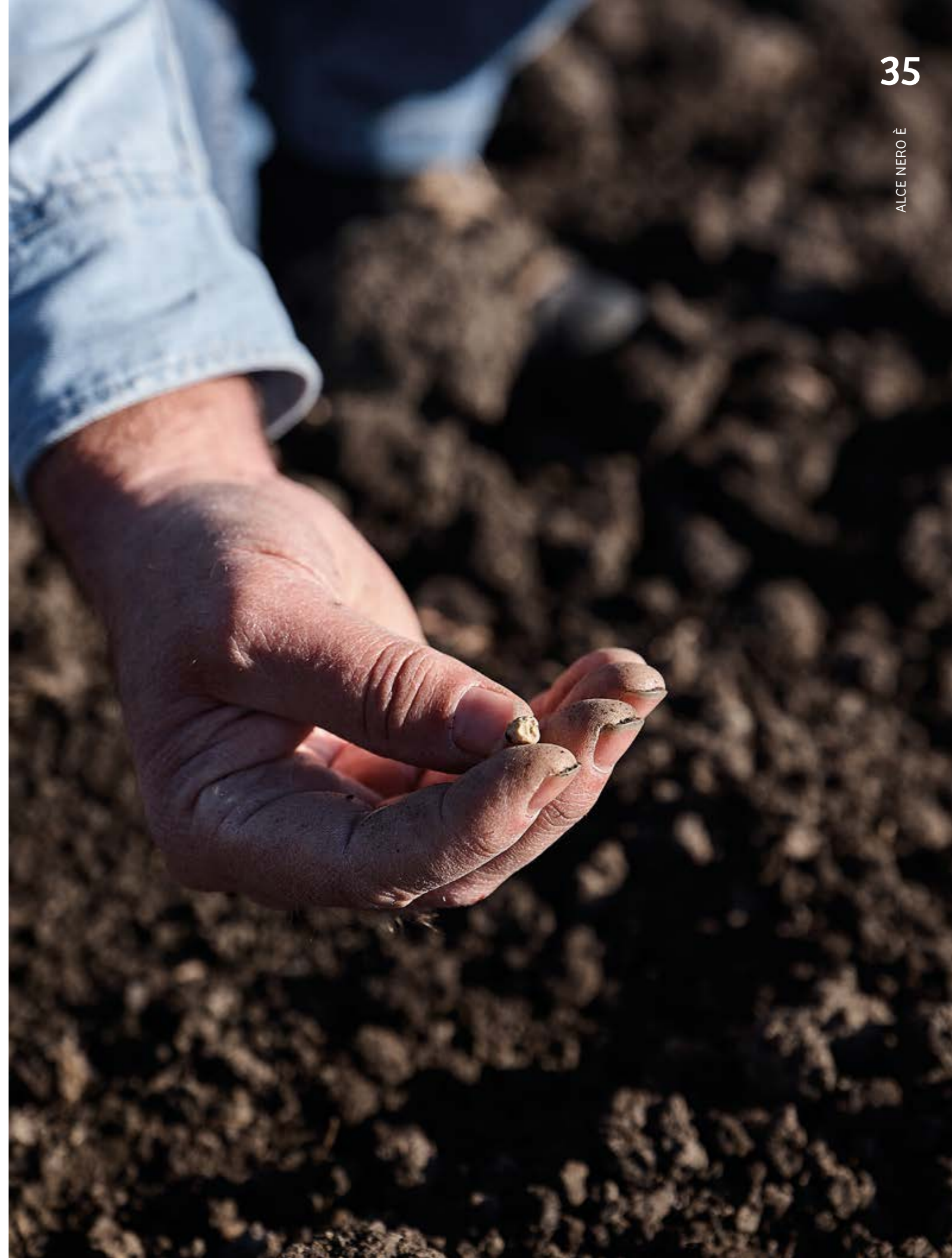
I Valori e la Mission 1.6

Alce Nero è il marchio di agricoltori e trasformatori biologici impegnati dal 1978 nel produrre cibi buoni, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e la sua fertilità.

Unisce **più di 300 agricoltori in Italia** e oltre **700 piccole imprese agricole familiari del Centro e Sud America (Perù e Guatemala)**⁵. Da più di 40 anni **sceglie l'agricoltura biologica** avendo cura del delicato equilibrio che esiste tra il nostro Pianeta e le Persone che lo abitano: per questo ha deciso di produrre alimenti pensati per il benessere di entrambi. Prodotti che partono da materie prime coltivate senza chimica di sintesi, grazie ad una capacità agronomica all'avanguardia, nel massimo **rispetto della terra e delle Persone che la lavorano**. Prodotti trasformati con tecniche che tutelano ed esaltano le caratteristiche delle materie prime, anche grazie a **liste di ingredienti sempre corte ed essenziali**, prive di conservanti e di additivi.

Alce Nero propone **cibi semplici e quotidiani**, che non hanno dimenticato il gusto, il piacere di riunirsi attorno alla stessa tavola e di essere condivisi. **Oggi i prodotti** del marchio **sono circa 400**: pasta, riso, passata e polpa di pomodoro, verdure, legumi e vellutate, frollini, succhi e nettari di frutta, composte e miele, ancora bevande vegetali ed una linea baby completamente dedicata alla prima infanzia. Ad essi si aggiungono la linea fresca, tra cui frutta, verdura, yogurt con "Latte Fieno STG" e zuppe, quella dei surgelati, dei gelati e quella di un **biologico Fairtrade** che proviene dai produttori latino-americani: caffè, cioccolato, cacao, zucchero di canna, cui si aggiungono riso Basmati e tè.

⁵ Il numero degli agricoltori ivi riportato è limitato alle sole materie prime strategiche come definite nella nota numero 6 a pagina 41 e non si riferisce quindi alla totalità degli agricoltori/ettari che contribuiscono direttamente e indirettamente alla realizzazione dell'intero assortimento di prodotti a marchio Alce Nero.





L'idea di sostenibilità di Alce Nero

1.7

“Sviluppo sostenibile vuol dire indirizzare le nostre vite e il nostro agire verso il proposito di una floridezza e di uno stato di bell-essere in cui le Persone possano realizzarsi raggiungendo maggiore coesione sociale e benessere più equamente condiviso, nel rispetto fondamentale e imprescindibile dei limiti fisici e biologici del Pianeta Terra.

Per farlo è necessario comprendere il complesso sistema di interconnessioni che legano Uomo e Terra, abbandonando il modello economico che considera il capitale naturale come un mero paniere di beni da sfruttare e accettando l'idea, scientificamente condivisa a livello globale, che l'umanità, ancor prima della Terra, è essa stessa in pericolo.

La nostra visione di sviluppo sostenibile rappresenta la **dichiarazione di un impegno** che, come il capo indiano che ci rappresenta, cavalchiamo da oltre 40 anni: il nostro contributo alla necessaria inversione di rotta a **salvaguardia delle generazioni future**, come Impresa, come Gruppo di Imprese e come Persone verso un nuovo modello di “buen vivir”.

Erika Marrone, Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità

Buen Vivir*

39

ALCE NERO È

Buen Vivir, letteralmente “buon vivere”, è un concetto che si rinviene nelle Costituzioni di Bolivia ed Ecuador e che, quindi, assume in questi Paesi, valore di principio giuridico. Le radici del concetto e dell'espressione affondano nella cultura indigena e in particolare nella formula

“suma qamaña”

La parola qamaña significa “abitare, vivere”; più specificamente si può riferire anche al semicerchio di pietre dietro al quale si rifugia il pastore mentre sorveglia il proprio bestiame: in quest'ultimo senso, la parola comunica implicitamente la convivenza con la Madre Terra (Pacha Mama), generatrice della vita. Quanto all'aggettivo che accompagna la parola qamaña, vale a dire suma, esso significa “bello, grazioso, gradevole, buono, gentile”, ma anche “raffinato, eccellente, compiuto, perfetto”, esprimendo un senso di pienezza, il massimo grado di qualcosa. Quanto accennato suggerisce quindi come “suma qamaña” abbia una portata anche maggiore rispetto a quella propria della traduzione “buon vivere”, se intesa letteralmente. Una più attenta lettura rimanda infatti ad un'allusione alla più alta forma di vita, rappresentata dai valori della condivisione, dell'amore e del rispetto verso gli altri, l'ambiente e la Madre Terra; un rinvio, cioè, ad una filosofia di vita capace di convertirsi in proposta di convivenza ed in principio di diritto.

Tratto da *Il “buen vivir”: note sul recepimento di un principio innovatore nell'ordinamento colombiano* • di Perona e Zavatteri.

I fattori di unicità del modello Alce Nero

1.8

Da sempre il modello di imprenditorialità di Alce Nero è esso stesso radicato nella sostenibilità e si basa su alcuni fattori distintivi che lo rendono per certi versi unico:



Pionierismo

Alce Nero è tra i pionieri del biologico in Italia e opera da oltre 40 anni con un'attitudine all'innovazione e alla ricerca di nuovi territori e percorsi.



Multiflora

Un **ecosistema**, unico per dimensione e varietà di prodotto, costituito da agricoltori e trasformatrici biologici che sono allo stesso tempo proprietari e produttori del marchio Alce Nero. Si è andati oltre il concetto di filiera: è un sistema fatto di persone e di relazioni.



Inclusività

Il modello di impresa di Alce Nero si caratterizza per una **Governance Unica**, espressione primaria degli interessi dei produttori, innovativa e inclusiva. Il CdA, infatti, è prevalentemente composto dai rappresentanti degli agricoltori e dei trasformatrici dei prodotti. Questo attribuisce alcune peculiarità al progetto:

- **Creazione del valore** centrata sullo sviluppo di un'unica marca, di proprietà degli agricoltori e trasformatrici del gruppo;
- **Garanzia**, attraverso il sistema di governo, di un'equa distribuzione del valore creato;
- **Massima responsabilità** nello svolgimento delle attività produttive e trasparenza nella gestione d'impresa;
- **Supply Chain** sostenibile e origine certa dei prodotti;
- **Management impegnato** nella crescita del valore economico e sociale del marchio nel suo complesso e delle filiere strategiche di tutti i Soci;
- **Tutela dei produttori** dalle oscillazioni derivanti da speculazioni sui mercati di scambio delle merci e garanzia di sicurezza degli investimenti nel tempo.

Decommodizzazione

I prodotti Alce Nero non sono commodity, ma **espressioni dei territori in cui si opera**. Questo è possibile grazie a:

- una **Ricerca costante** per riscoprire e valorizzare le eccellenze alimentari e i prodotti espressione dei territori e dell'agrodiversità, come il grano duro Cappelli, lo zucchero di canna Panela, l'olio extra vergine di oliva dal Biodistretto delle Lame e tutti gli altri prodotti Trasformatrici;
- una stretta **Conoscenza e dialogo** con (e tra) i produttori a garanzia di relazioni umane e commerciali dirette, leali, eque e trasparenti;
- una **Distribuzione più equa del valore** lungo la catena per preservare i produttori e il valore stesso del cibo, in un mercato sempre più affollato, destinato a sfamare un numero sempre più alto di persone ed esposto a fluttuazioni speculative dei prezzi.



Fiducia

In più di 40 anni di costante ricerca della qualità, il marchio Alce Nero si è guadagnato la **fiducia di consumatori e clienti, ma anche degli stessi produttori**. I primi trovano in Alce Nero una **dispensa ideale**, il marchio in grado di accompagnarli in qualunque età della vita (fin dalla primissima infanzia) e garanzia di gusto e sicurezza; i produttori riconoscono invece in Alce Nero **un partner con cui condividere i valori del biologico e della qualità totale**, approdo sicuro sul mercato e garanzia di stabilità e durabilità nel tempo.



Agro-Ecologia

Alce Nero riconosce il **valore superiore dell'agricoltura biologica** come contributo decisivo allo sviluppo sostenibile del sistema agroalimentare e si impegna ogni giorno a convertire al metodo biologico ettari di suolo preziosi, attraverso la massima diffusione dei propri prodotti in Italia e nel mondo.



Territorialità

Attraverso i propri prodotti Alce Nero rappresenta, racconta e contribuisce allo sviluppo di luoghi vicini e lontani, riconoscendo il **valore anche sociale dell'agricoltura, nel rispetto e per la crescita delle comunità**. I prodotti strategici⁶ di Alce Nero sono 100% italiani, ad eccezione di quelli coltivati altrove per ragioni pedoclimatiche (cacao, caffè, zucchero).



⁶ Ai fini della rendicontazione del presente bilancio definiamo "strategici":

- i prodotti trasformati da Soci;
- i prodotti non trasformati da Soci che generano ricavi > di 2 Mio;
- i prodotti ottenuti da materie prime agricole gestite direttamente da Alce Nero come capo filiera e/o dai suoi Soci come capo filiera nell'ambito di relativi accordi di filiera;
- i prodotti ottenuti da materie prime agricole presidiate dai Soci sulla base di accordi pluriennali e consolidati.
- i prodotti espressione di progetti speciali e/o con particolare valore ambientale e sociale.



Equità

Alce Nero si impegna nella **creazione di un valore che venga equamente distribuito**. I prezzi dei prodotti riflettono il valore e la qualità del lavoro di tutta la filiera, che viene remunerata in modo condiviso, trasparente e con valori coerenti con quelli di una marca con posizionamento super-premium.



Integrità nutrizionale

Alce Nero propone un **cibo biologico** che renda felice chi lo gusta, che racconti le storie di chi lo produce e che nutra in modo sano ed equilibrato. Per prepararlo, l'azienda si impegna a utilizzare **ricette corte, materie prime delle proprie filiere e ingredienti selezionati con cura**, miscelati insieme in modo equilibrato. Si evitano, ogni volta possibile, **additivi, aromi, coloranti, edulcoranti** e altri, utilizzati con la funzione di esaltare o coprire le caratteristiche sensoriali degli alimenti. Dal 2004, inoltre, Alce Nero ha iniziato ad eliminare l'olio di palma da ogni prodotto e da più di 10 anni è **completamente palm oil free**.



Gusto

Il biologico di Alce Nero vuol essere prima di tutto **buono**. Pur essendo equilibrato e nutriente, è un prodotto tutt'altro che punitivo. Non è un cibo schiavo delle mode salutiste del momento, ma **punta all'essenza dei gusti, senza sofisticazioni**.



Coerenza

Alce Nero crede che la funzione di un cibo vero non sia solo quella di fornire nutrimento all'organismo, ma che ci sia spazio per produrre **alimenti in grado di generare un valore superiore** per chi li sceglie acquistandoli, per chi li produce e per il Pianeta.



Decommodizzazione

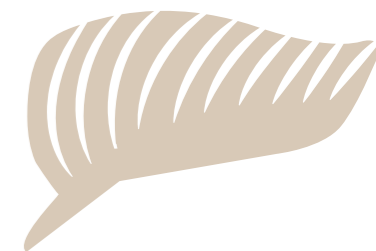
Commodity è un bene indifferenziato che si può reperire facilmente sul mercato, totalmente standardizzato anche perché facilmente immagazzinabile e conservabile nel tempo senza che perda le proprie caratteristiche originarie; è un bene il cui prezzo viene determinato esclusivamente dal mercato stesso, basandosi sul meccanismo domanda-offerta e/o su dinamiche speculative dei grandi player.

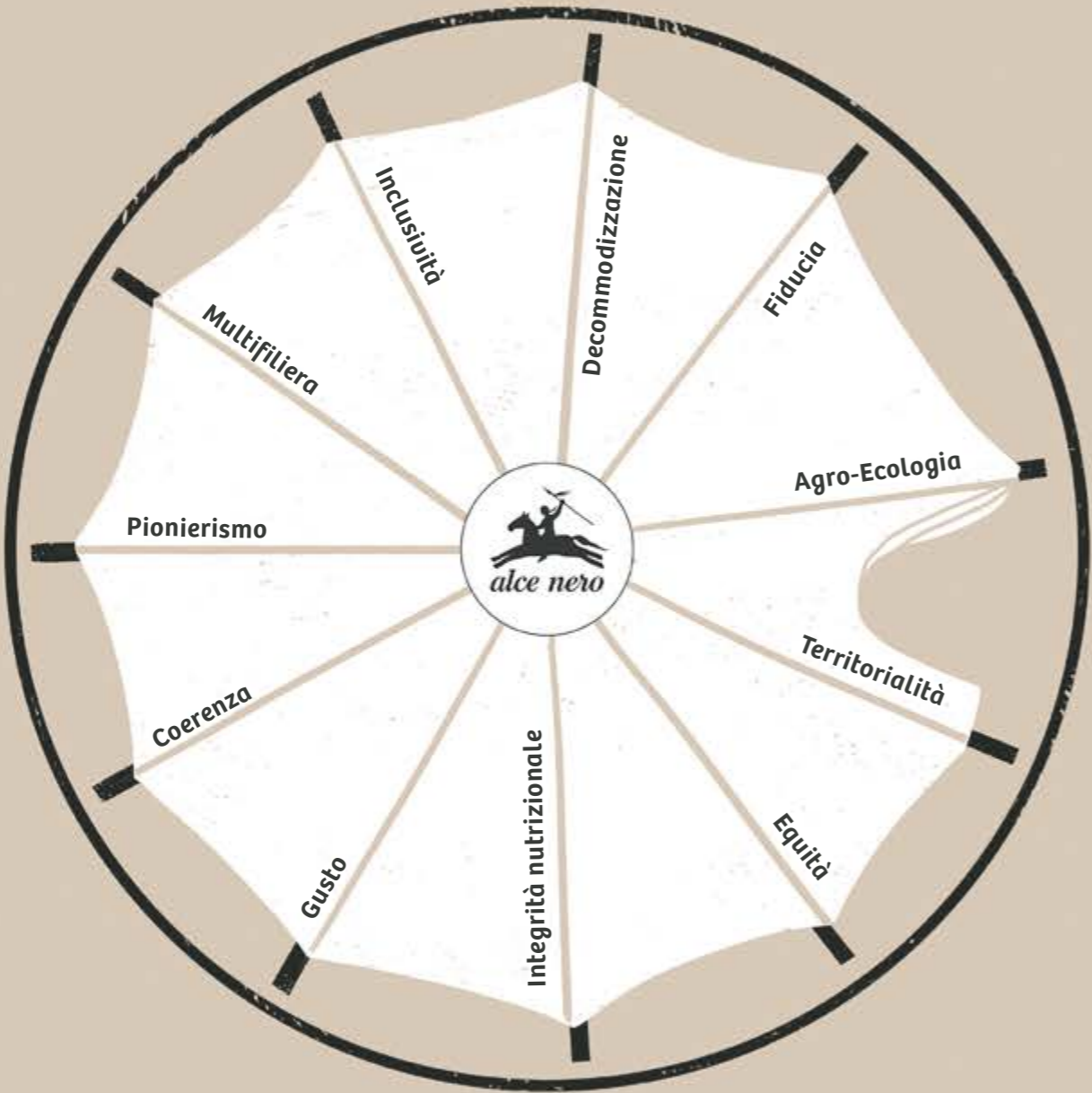
I prodotti agricoli strategici (grano tenero e duro, soia, mais, orzo, girasole fra i non coloniali ma anche zucchero e caffè) oggi sono tutti negoziati seguendo questo principio, al punto da essere oggetto di speculazioni economiche che influenzano trasversalmente tutti i mercati locali, le cui economie non si rispecchiano in alcun modo nei prezzi proposti dai compratori.

Il **modello agro-industriale di Alce Nero ha come obiettivo**, tra gli altri, quello di contrastare questo fenomeno per **ridare identità ai produttori, dignità all'agricoltura e il giusto valore al cibo di qualità**.

Come?

- Attraverso l'**attività di ricerca e sviluppo** volta a contrastare la standardizzazione alimentare e la prevalenza di monoculture estensive;
- Attraverso **la relazione continua con i produttori e la ricerca di areali specifici di coltivazione**;
- Attraverso **scelte agronomiche e di processo che preservino le qualità dei prodotti che la Terra offre**.





Il Piano di Sostenibilità e l'analisi di materialità

1.9

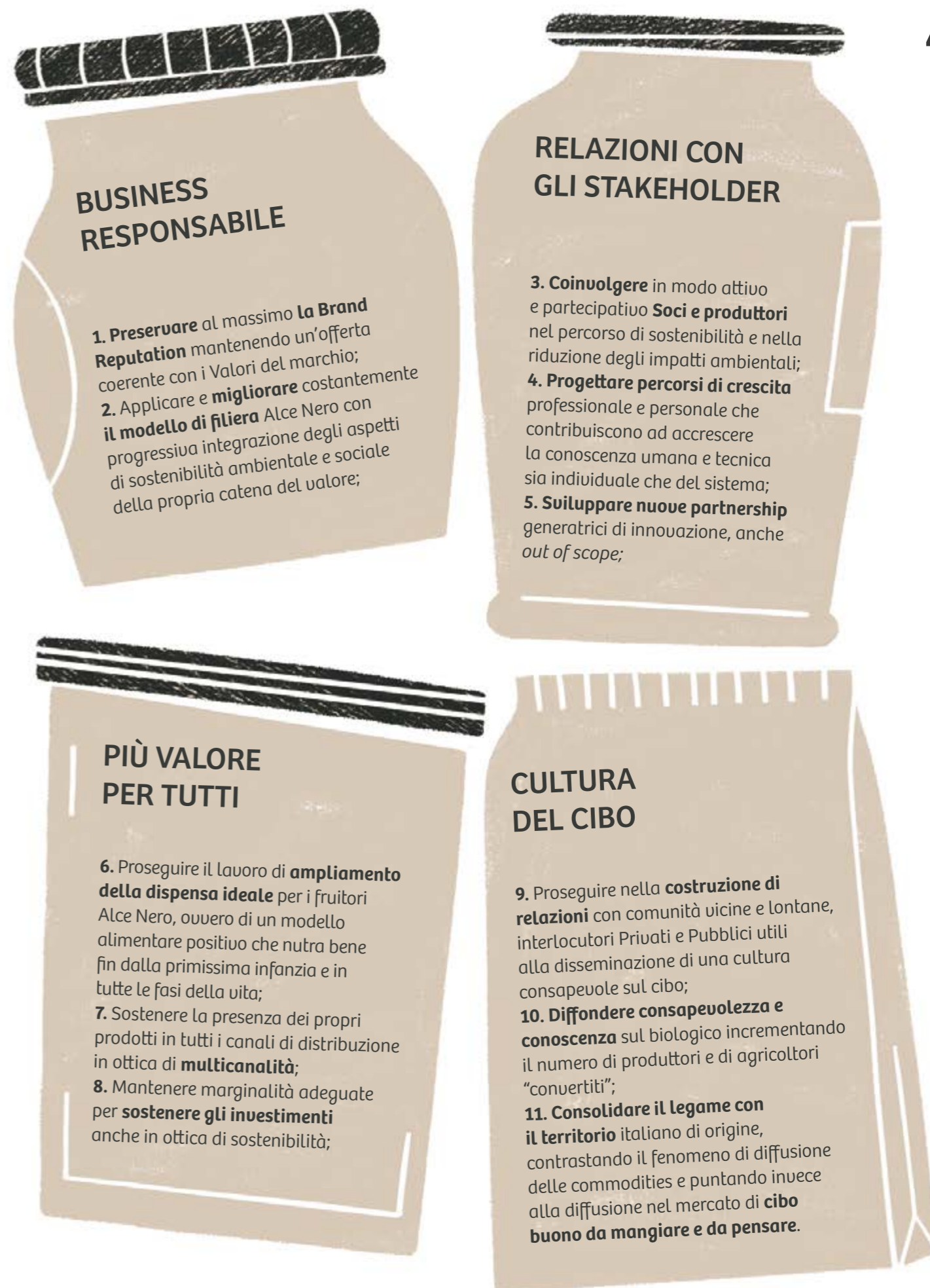
La strategia di sostenibilità ruota attorno al modello di business del Gruppo: Alce Nero con le sue Persone si configura al centro di una rete di partner agricoli, industriali e commerciali. In tal senso agisce come un direttore d'orchestra con lo scopo ultimo di generare un giusto profitto mettendo a valore il reciproco saper fare della rete e fornendo al fruitore finale un cibo di elevata qualità.

Alce Nero, infatti, da una parte anima la rete attraverso lo sviluppo di prodotti e progetti, dall'altro ne organizza le operazioni e ne gestisce la complessità attraverso le attività di logistica e supply chain.

Il Piano di Sostenibilità **traduce la visione strategica di Alce Nero in obiettivi e azioni concrete**, cercando, al contempo, di rispondere ad alcune sfide globali come gli SDGs delle Nazioni Unite.

Approvato dall'Assemblea dei Soci di Alce Nero S.p.a., il Piano è imperniato su **4 aree pilastri principali e 11 impegni** definiti sulla base dei temi materiali che riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o influenzano le decisioni degli stakeholder e pertanto ritenuti rilevanti.

Per ciascun impegno, nel corso del 2021 sono stati previsti uno o più target che l'azienda si impegna a raggiungere nel 2022 e negli anni seguenti.



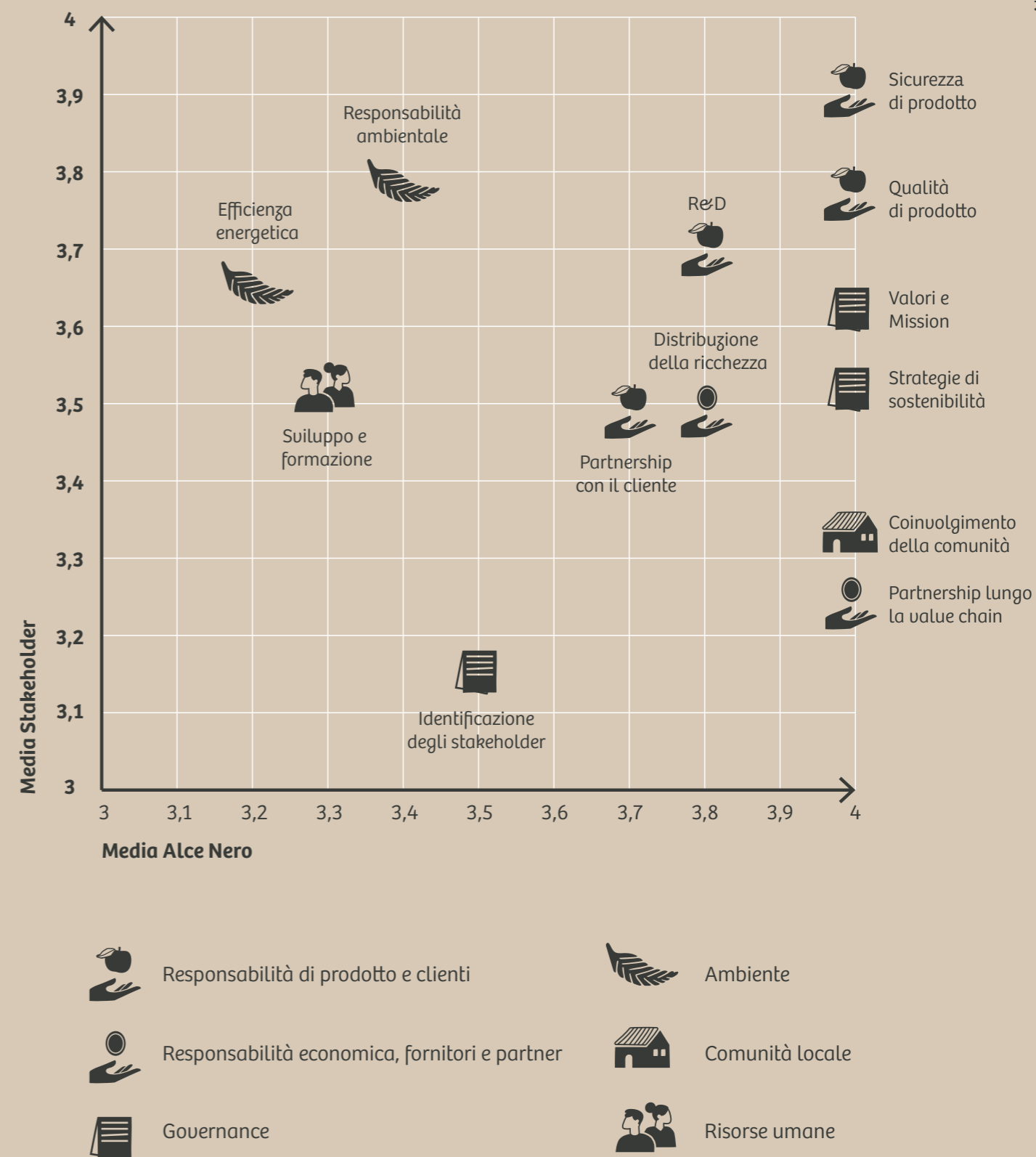
47

ALCE NERO È

Analisi di materialità

Il **percorso di sensibilizzazione e condivisione legato alle tematiche di sostenibilità** che Alce Nero ha intrapreso ha previsto un susseguirsi di incontri dedicati all'approfondimento di alcuni specifici temi. In primo luogo, è stato organizzato **un workshop con le prime e le seconde linee aziendali** con particolare focus sul posizionamento di Alce Nero in relazione ai temi ESG (Environmental, Social and Governance), il contesto di riferimento e le direttrici strategiche. A seguito di questo primo incontro, sono state previste delle **interviste al Management** finalizzate all'individuazione dei punti di forza nell'attuale gestione delle tematiche di sostenibilità e delle aree di minor presidio. Un'**analisi di benchmark** ha permesso di comprendere nel dettaglio il posizionamento di Alce Nero rispetto ad alcuni temi rilevanti in ambito sostenibilità e al proprio core business specifico, permettendo, anche in questo caso, di evidenziare le aree maggiormente presidiate e di conseguenza da tenere in considerazione nella definizione del proprio impegno e delle strategie legate alla sostenibilità. A seguito di queste analisi è stato effettuato un **workshop con le funzioni aziendali** finalizzato a mettere a fuoco gli strumenti operativi adatti per perseguire gli spunti emersi.

L'analisi di materialità, il processo tramite il quale sono stati definiti gli aspetti di sostenibilità rilevanti sia per Alce Nero che per i suoi stakeholder, è stata effettuata a seguito di queste attività. Nella prima fase del processo di analisi di materialità sono stati coinvolti i fornitori non Soci e i dipendenti tramite una survey online, mentre successivamente si sono raccolte le opinioni dei Soci in un momento dedicato. La successiva analisi delle informazioni raccolte ha permesso di costruire la **Matrice di materialità**, la cui rappresentazione è riportata di seguito.



Il Governo del Gruppo

1.10

Il modello di governo societario cui Alce Nero aderisce risponde all’esigenza di integrare il più possibile il principio di massima creazione del valore per la filiera e di giusta remunerazione per i produttori. Il Consiglio di Amministrazione infatti, che è il massimo Organo di Governo, è composto da 11 membri espressione di interessi diretti di produttori agricoli e agroindustriali.

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31/12/2021

Nome e Cognome	Gruppo rappresentato	Età	Genere	Durata mandato	Indipendente si/no
Arturo Santini	Agricoltore - Trasformatore	>50	M	2021-2023	no
Luca Artioli	Agricoltore	>50	M	2021-2023	no
Luigi Santini	Trasformatore	>50	M	2021-2023	no
Debora Franceschini	Trasformatore	<50	F	2021-2023	no
Fabrizio Ceccarelli	Trasformatore - sementiero	>50	M	2021-2023	no
Riccardo Felicetti	Trasformatore	>50	M	2021-2023	no
Benedetto Fracchiolla	Agricoltore	>50	M	2021-2023	no
Rita De Padova	Agricoltore	>50	F	2021-2023	no
Gianni Amidei	Agricoltore	>50	M	2021-2023	no
Marco Santori	Trasformatore	>50	M	2021-2023	no
Massimo Monti	Alce Nero	>50	M	2021-2023	no



Tutti i componenti del CdA hanno diritto di voto e ogni amministratore resta in carica per 3 anni. Il CdA, per la gestione ordinaria, è validamente costituito con la presenza della maggioranza dei suoi membri e delibera con il voto favorevole della maggioranza dei presenti. Ciò significa che il potere di delibera attribuito non è vincolato al possesso di % di quote azionarie e che, indipendentemente dalle quote attribuite, tutti i consiglieri hanno equi poteri. Il tasso di partecipazione alla riunione dell’Organo di Governo nel 2021 è stato pari al 100%. Come si può vedere dalla tabella sopra riportata, la maggior parte dei componenti rientra nella fascia d’età superiore ai 50 anni, mentre dal punto di vista del genere, l’82% sono uomini.

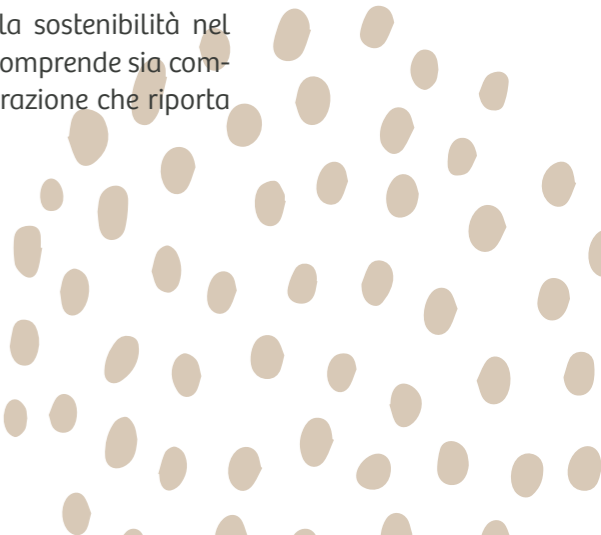
Fanno parte del CdA:

- il **Presidente**, cui compete il controllo dell’andamento generale e l’approvazione delle proposte dell’Amministratore Delegato in termini di sviluppo strategico e organizzativo dell’azienda;
- l’**Amministratore Delegato**, che rappresenta Alce Nero nei limiti delle deleghe conferitegli dal CdA e che propone e attua il Piano Strategico e di Sviluppo dell’azienda.

Oltre al CdA, è stato nominato un **Comitato Esecutivo**, composto da 4 membri del CdA, con funzioni consultive e propositive e con il compito specifico di valutare, definire ed approvare le strategie e le politiche della Società in materia di “Sostenibilità Ambientale e Sociale”. I membri del Comitato Esecutivo sono uomini e rientrano nella fascia d’età >50 anni.

Il sistema di Governance prevede inoltre il **Collegio sindacale**, composto da 3 membri, che ha funzione di vigilanza sull’osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare sull’adeguatezza dell’assetto organizzativo amministrativo e contabile della Società e sul suo corretto funzionamento.

Inoltre, al fine di garantire una sempre maggiore integrazione della sostenibilità nel business, Alce Nero ha creato una specifica unità di sostenibilità che comprende sia componenti del Management che un membro del Consiglio di Amministrazione che riporta direttamente al Comitato Esecutivo sulle tematiche di sostenibilità.



Gestione dei rischi

1.11

Il presidio di Alce Nero sui temi di sostenibilità si traduce anche nella **gestione di rischi di natura diversa da quelli finanziari**. In particolare, oltre all'analisi dei rischi legati ai prodotti (vedi più avanti capitolo "I prodotti") Alce Nero si è dotata di un **Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi e per gli effetti del Decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231**, in materia di **responsabilità amministrativa degli enti** ("Modello 231") idoneo a identificare e prevenire la commissione di alcuni reati.

Il modello è stato definito sulla base di una specifica analisi delle aree aziendali e dei processi potenzialmente esposti ai rischi 231 costruendo una mappa delle "attività sensibili" secondo modalità di *risk assessment*, ovvero individuando un primo rischio inerente e, a seguito di una valutazione del sistema di controllo adottato e/o di una *gap analysis*, l'accettazione e la gestione di un rischio residuo.

L'analisi si è concentrata in particolare su **categorie di reato-presupposto previste nel Decreto 231** che, potenzialmente, potrebbero condurre alla realizzazione di condotte illecite. In particolare, anche se mappate e valutate con diverso grado di rischio:

- Delitti contro l'Industria e il Commercio;
- Delitti nei rapporti con la Pubblica Amministrazione;
- Violazione delle norme antinfortunistiche;
- Reati tributari;
- Reati societari.

Il Modello si concretizza in **un insieme di regole e procedure finalizzate alla prevenzione della commissione di illeciti** da parte di tutti coloro che operano per conto della Società.

A supporto dell'attività è nominato un **Organismo di Vigilanza** (OdV) che, dotato di pieni poteri di autonomia ed indipendenza, ha lo specifico mandato di vigilare sull'idoneità e sull'applicazione del Modello stesso attraverso **poteri ispettivi e di controllo** che gli sono riconosciuti. L'OdV ha messo in atto un'attività di formazione interna a tutti i dipendenti relativamente al Modello 231, con annessa messa a disposizione di ognuno della documentazione inerente. L'Organismo di Vigilanza, inoltre, mette a disposizione un indirizzo mail al quale tutti i dipendenti possono scrivere liberamente. Tale attività (whistleblower) è disciplinata all'interno del Modello 231 e alle persone che utilizzano il metodo di segnalazione viene garantito l'anonimato.

Del modello 231 è altresì parte integrante il **Codice Etico**, la cui prima versione è stata approvata dal CdA nel 2021 e che sintetizza i valori e gli impegni che Alce Nero promuove.

Esso definisce **valori e principi base dell'operato di Alce Nero** e costituisce una guida di riferimento per il comportamento di quanti collaborano, a vario titolo, nel raggiungimen-

to degli obiettivi e nello svolgimento delle attività di Alce Nero. Tutti gli stakeholder sono tenuti ad uniformarsi ai principi sanciti dal Codice Etico diffuso attraverso il sito internet della Società.

Al fine di consentire la piena consapevolezza delle disposizioni contenute nel Modello 231 e nel Codice Etico è prevista nel corso del 2022 un'**attività di comunicazione e diffusione delle regole e principi** che i diversi portatori di interesse sono tenuti a seguire. Tali attività sono diversificate in funzione della specifica categoria di stakeholder.

Nel corso del 2021 non sono segnalate o individuate situazioni pregiudizievoli o di violazione del Modello adottato. Inoltre, non ci sono stati casi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di riferimento.

Infine, tra gli obiettivi che Alce Nero si è posta per il 2022, vi è quello di procedere ad una **review dell'attuale mappatura dei rischi** estendendo la valutazione anche ai **rischi specifici ESG**.

Il rischio climatico

"Di particolare rilevanza per il nostro settore è il **rischio climatico**. Viviamo il paradosso per il quale l'**agricoltura** (e le attività ad essa collegate, incluso l'allevamento) rappresentano a livello globale **una delle maggiori fonti di emissioni di gas climalteranti** e, allo stesso tempo, questo sarà il settore che subirà (e sta già subendo) il cambiamento climatico con conseguenze gravissime per l'intero sistema alimentare e la stabilità mondiale.

Il cambiamento climatico agisce inoltre anche sul **degrado del suolo**, la cui qualità è già compromessa a causa di cattive pratiche di coltivazione, uso irrazionale dell'acqua, di diserbanti e fitofarmaci, taglio di alberi, ma anche incendi, siccità, precipitazioni intense, tutti fattori che riducono ulteriormente la capacità di assorbire carbonio, amplificando in modo esponenziale la **crisi climatica, minando la sicurezza alimentare e la redditività degli agricoltori**.

Un **suolo sano** è fondamentale per garantire la salute delle piante di cui ci nutriamo e con cui realizziamo i nostri prodotti, e per poterne trarre benefici nutrizionali.

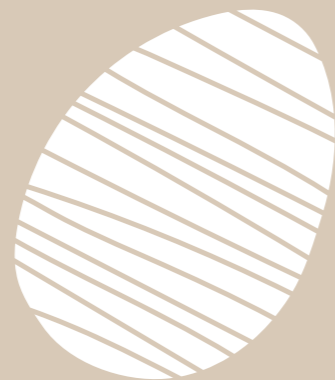
L'agricoltura biologica rappresenta oggi uno **strumento fondamentale di mitigazione del cambiamento climatico** e l'unica alternativa codificata all'agricoltura convenzionale."

Erika Marrone, *Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità*



CAP 2

I prodotti





I risultati 2021 delle principali categorie di prodotti

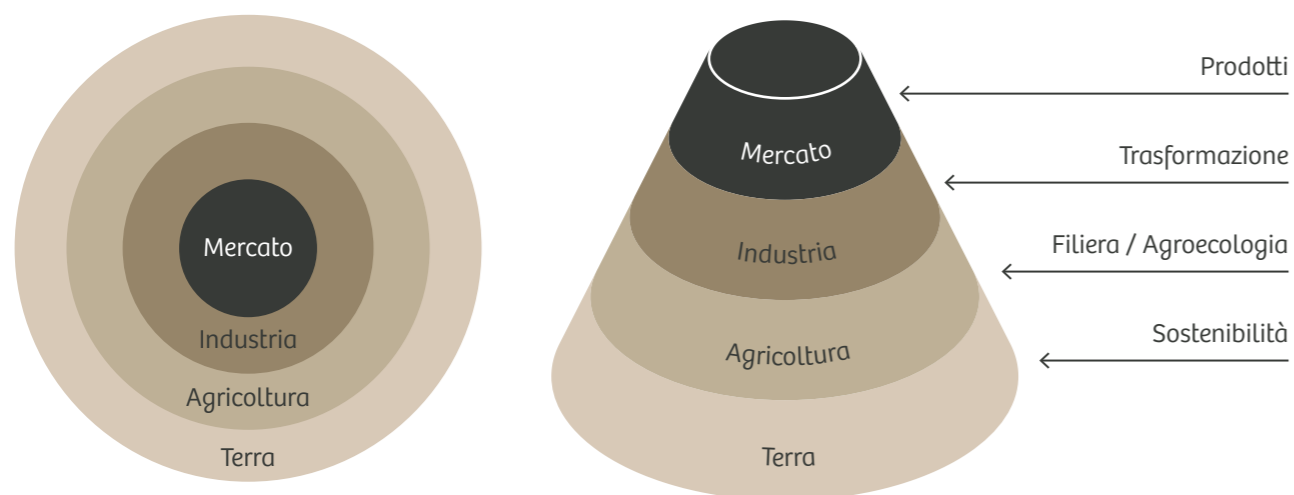
Categoria marchio Alce Nero	Fatturato (Euro)	Peso Netto (kg)	Quote % Peso Netto
Pasta	8.551.290	3.276.434	19,9%
Passate e polpe di pomodoro	8.225.817	2.900.223	17,6%
Frollini	5.367.443	759.943	4,6%
Legumi lessati	5.222.957	1.135.442	6,9%
Olio extra vergine di oliva	5.010.935	445.642	2,7%
Omogeneizzati	4.929.190	571.158	3,5%
Bevande vegetali	3.552.976	1.668.776	10,1%
Composte di frutta	3.548.339	349.120	2,1%
Zucchero di canna	2.485.098	761.938	4,6%
Sughi pronti di pomodoro	2.455.974	410.829	2,5%
Altre	21.700.333	4.197.349	25,5%
Total Alce Nero	71.050.353	16.476.854	100,0%

Ranking per famiglia di prodotti – dato Sell-In cumulato canali. Fonte interna

Il modello di sviluppo prodotti Alce Nero

2.1

Alce Nero ha definito **un proprio modello di sviluppo dei nuovi prodotti** che si basa sulla consapevolezza dell'interrelazione e della dipendenza dei vari elementi del Sistema cui apparteniamo e sull'idea di una **necessaria integrazione di diversi "piani"** nella progettazione e nella realizzazione dei prodotti stessi.



Il primo livello è il nostro habitat, la Terra. Guardando la figura dall'alto, la Terra è il piano che contiene e comprende tutti gli altri ovvero il cerchio più esterno. Guardando la figura in sezione, è il piano che sta alla base di tutti gli altri e su cui quindi poggiano gli altri piani. La Terra dunque rappresenta la dimensione primaria, quella necessaria all'esistenza di tutte le altre, da cui infatti traiamo le risorse necessarie alla nostra vita, compreso il nutrimento.

Per Alce Nero la relazione con la Terra non deve essere di tipo estrattivo ma deve essere improntata alla reciprocità: l'agricoltura non deve impoverire la terra, ma deve contribuire alla sua rigenerazione. Le scelte che Alce Nero opera in agricoltura rispettano la vocazione di un territorio, ovvero la sua personalità, definita dalla sua storia agricola, dalle sue risorse, dalle sue Persone, dalla sua cultura e dalla sua tradizione gastronomica. Inoltre, per Alce Nero **agricoltura è sinonimo di filiera ed è quindi relazione**: una relazione autentica e circolare che deve essere sostenuta e valorizzata e, al contempo,

deve autosostenersi. Deve cioè garantire continuità, coerenza di intenti, flessibilità ed efficienza. È per questo che **Alce Nero supporta lo sviluppo di realtà locali (Biodistretti) e della relativa biodiversità agricola.**

Sulla base di questo modello, annualmente viene redatto un piano di sviluppo che mette a sistema:

- Potenzialità di mercato
- Coerenza con Alce Nero

La coerenza con Alce Nero viene valutata considerando i seguenti aspetti:

- possibilità di **lavorare con un Socio agricoltore o trasformatore** per realizzare un prodotto;
- possibilità di avere **materia prima della propria filiera**;
- possibilità di avere **ingredienti italiani**;
- possibilità di realizzare **ricette corte**;
- possibilità di realizzare **ricette "pulite"**: senza uso di aromi, additivi o elementi di derivazione chimica;
- possibilità di realizzare **prodotti con alta densità nutritiva**.

Mettendo a sistema questi due elementi, emergono quattro possibili risultati sulla base dei quali Alce Nero individua le priorità di sviluppo:



Le linee guida di prodotto

2.2

Lo **sforzo costante di realizzare la dispensa ideale** – una gamma di prodotti che contribuiscono al mantenimento di un regime alimentare equilibrato, nel quotidiano e nelle fasi di crescita, attraverso un’offerta varia, completa e bilanciata sia nell’assortimento che nelle singole formulazioni – si traduce per Alce Nero in **alcune linee guida preferenziali di riferimento per il processo di sviluppo prodotto**:

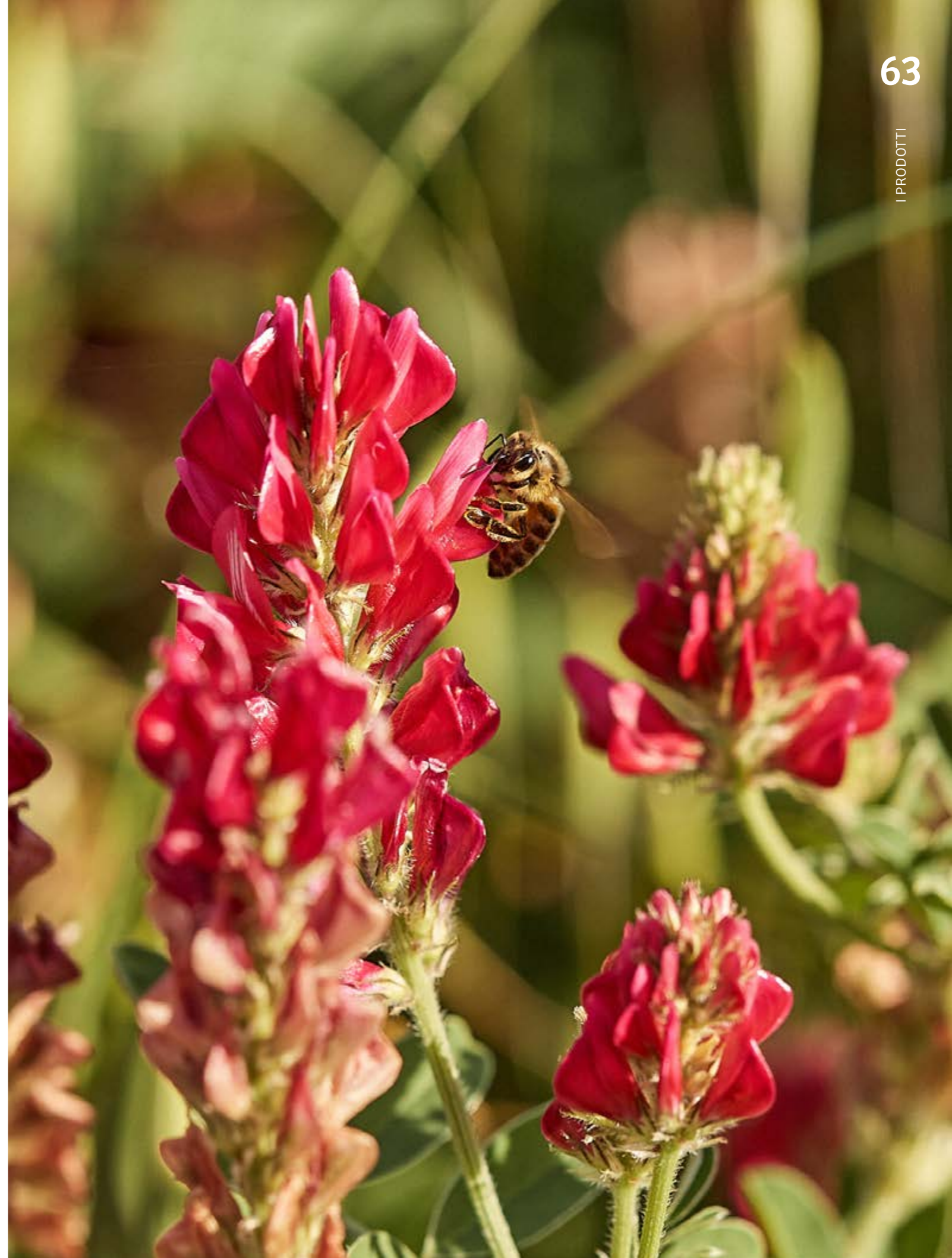
- utilizzare **solo materie prime 100% biologiche**;
- utilizzare, ove possibile, **materie prime che provengono dalle proprie filiere**;
- utilizzare per gli ingredienti primari **materie prime italiane** (con l’eccezione dei prodotti non disponibili, come ad esempio: cacao, caffè, zucchero di canna);
- **non usare aromi**, nemmeno naturali: il gusto dei prodotti Alce Nero deriva dal mix delle materie prime selezionate;
- **evitare addensanti**: la consistenza dei prodotti Alce Nero è un mix tra la scelta degli ingredienti e il processo di produzione;
- avere **liste ingredienti il più possibile corte** e contenenti ingredienti il cui nome sia conosciuto dalle nostre nonne⁷;
- **evitare additivi** a meno che non siano necessari per la sicurezza del prodotto;
- usare **solo ingredienti valutati con cura** (assessment su origini, contaminanti, inquinanti persistenti, migranti da imballaggi, profilo nutrizionale/calorie);
- utilizzare ingredienti e realizzare prodotti a **basso livello di processazione**;
- utilizzare prevalentemente **materie prime vegetali**⁸ anche per i prodotti fonte di proteine;
- realizzare **prodotti con elevata densità nutritiva** limitando sale, zuccheri aggiunti, grassi saturi, ingredienti molto raffinati e prediligere grassi polinsaturi (da olive, noci, semi), spezie ed erbe aromatiche come esaltatori naturali di sapidità (al posto del sale), fibre e proteine per diminuire la risposta insulinica dei carboidrati;
- realizzare “cibo vero” in **confezioni progettate per limitare sempre di più gli impatti ambientali** (cfr. pag. 88 “L’impegno sul packaging”).

“Desideriamo creare alimenti il cui equilibrio nutrizionale non sia il mero risultato dell’abbinamento dei nutrienti ma la somma di variabili territoriali e ambientali, pratiche agricole pulite, scelte di trasformazione, sapere fare delle Persone.”

Erika Marrone, Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità

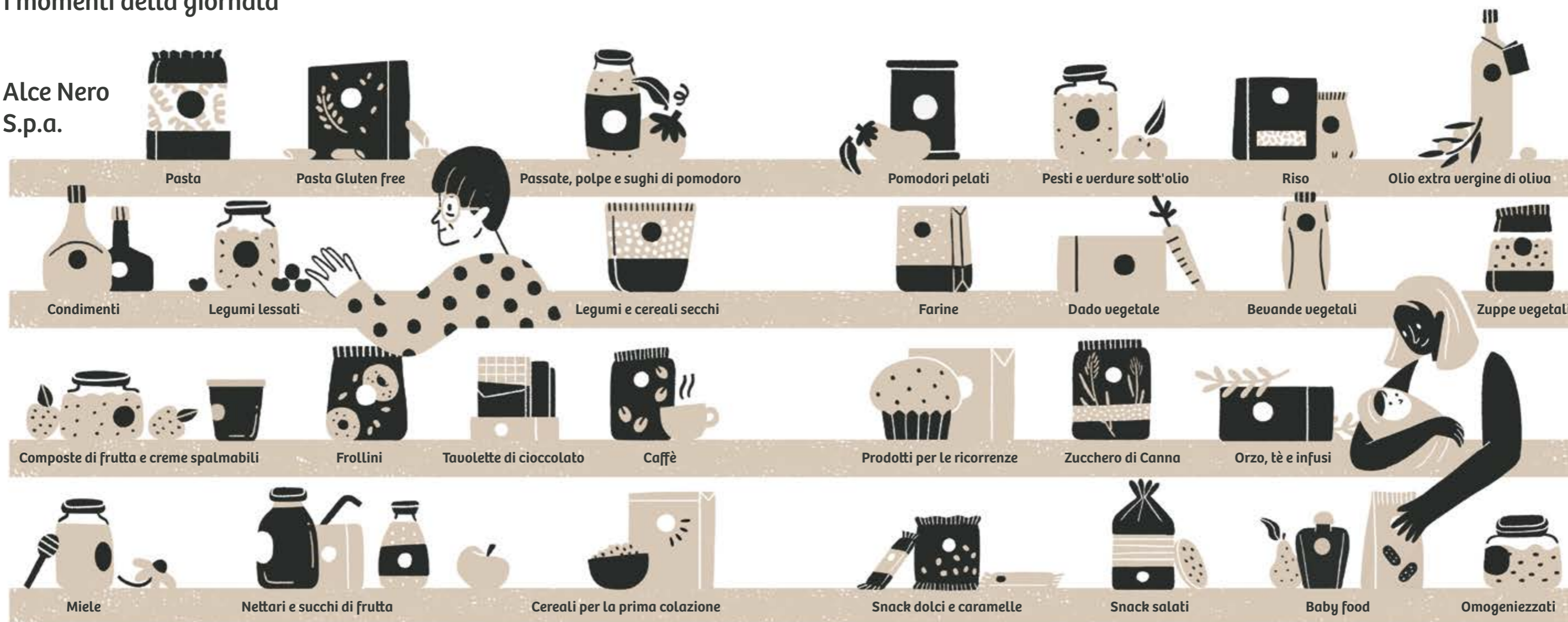
⁷ Confronta Micheal Pollan “Food Rules”.

⁸ Gli ingredienti di origine animale attualmente presenti sono utilizzati nella gamma omogeneizzati baby food.



La Dispensa Alce Nero, per tutti e in tutti i momenti della giornata

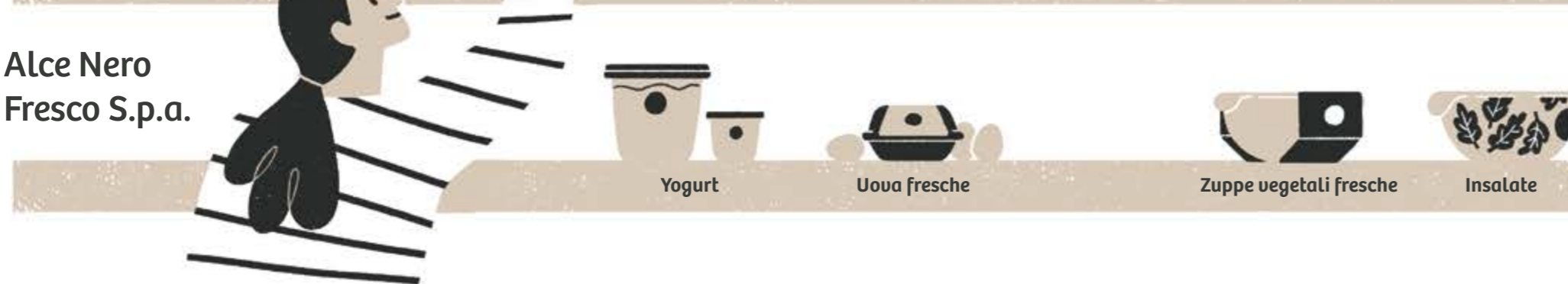
Alce Nero S.p.a.



Alce Nero Freddo S.p.a.

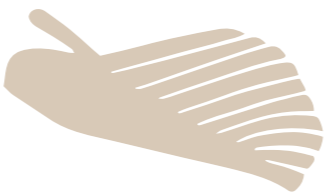


Alce Nero Fresco S.p.a.



Alce Nero propone **cibi semplici e quotidiani**, che non hanno dimenticato il gusto e il piacere di essere condivisi. Oggi sono circa 400 i suoi prodotti, **adatti a tutti e in tutti i momenti della giornata**: pasta, riso, passata e polpa di pomodoro, verdure, legumi e vellutate, frollini, succhi e nettari di frutta, composte e miele, ancora bevande vegetali ed una **linea baby** completamente dedicata alla prima infanzia. Ad essi si aggiungono la **linea del fresco**, tra cui frutta, verdura, yogurt con “Latte Fieno STG” e zuppe, quella dei **surgelati**, dei gelati e quella di un biologico **Fairtrade** che proviene dai produttori latino americani, come caffè, cioccolato, cacao e zucchero di canna.

Trend 2021 delle principali categorie di prodotti Alce Nero (dati Sell-Out)



Posizione	1	2	3	4
Categorie principali	Legumi lessati	Pasta	Passate	Omogeneizzati
Vendite a valore (Mio€)	5,1	4,8	4,6	4,3
Vendite a volume (1.000 kg/lt)	748,8	1,1*	1,3*	350,5
Trend	↑	↑	↑	↑

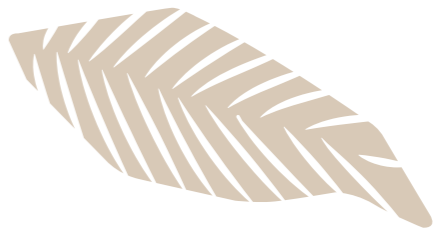
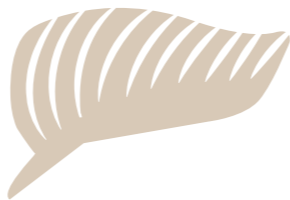


1

Primo player bio di marca

2

Secondo player bio di marca



5	6	7	8	9
Frollini	Bevande vegetali	Composte di frutta	Nettari	Olio extra vergine di oliva
4,1	3,9	3,6	3,1	1,6
445	1,1*	236	688,8	113,3
↑	↑	↑	↑	↓



* Mio KG/LT

Fonte: Nielsen. Iper+Super . Settimana Terminante 02/01/2022

I prodotti Alce Nero in numeri



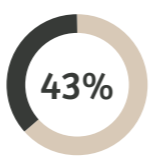
Garanzia di origine



referenze con indicazioni di origine



referenze lavorate da Soci



dei prodotti contiene almeno 1 ingrediente di filiera

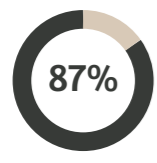


referenze con materie prime agricole di origine italiana⁹

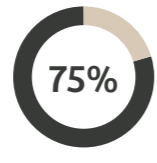


referenza con specificità regionale

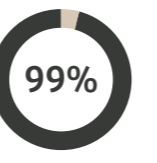
Prodotti senza nulla di troppo



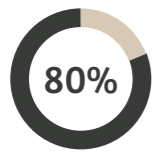
referenze plant based



referenze formulate senza aggiunta di sale



prodotti senza aromi



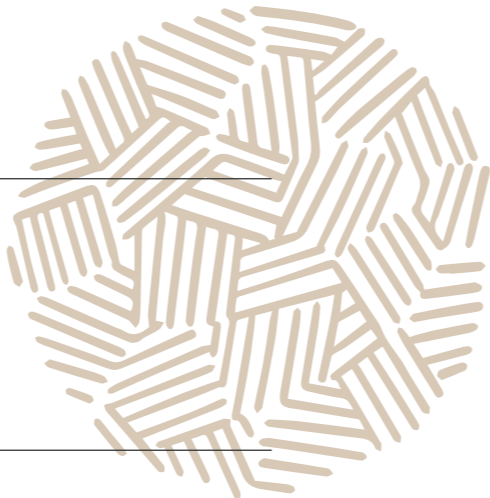
referenze a basso contenuto di grassi



referenze con massimo 7 ingredienti



referenze che valorizzano leguminose



Prodotti distintivi



referenze con etichetta narrante



referenze con certificazione Fairtrade



linea di pasta specificatamente formulata per celiaci



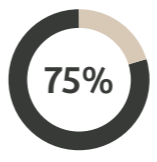
referenze con cereali integrali



referenze con plus di fibre



referenze che valorizzano leguminose



referenze adatte anche ai vegani



9 Come da Reg. UE 848/2018: per l'indicazione del luogo ove sono state coltivate le materie prime agricole di cui il prodotto è composto possono essere omessi piccoli quantitativi di ingredienti, in termini di peso, purché la quantità totale degli ingredienti omessi non superi il 5% della quantità totale in peso di materie prime agricole.

10 Gli additivi utilizzati nelle nostre referenze sono:
- agenti lievitanti con funzione di accrescimento del volume degli impasti;
- acido citrico e carbonato di potassio con funzione di correttori di acidità;
- acido ascorbico con funzione antiossidante;
- lecitina di girasole con funzione emulsionante.

"I nostri prodotti sono le parole attraverso cui esprimiamo il nostro modo di intendere il nutrimento oggi, nel tentativo di restituire parte del valore che la Terra ci offre, sotto forma di un cibo di qualità che sia anche generativo di benessere complessivo per la società."

Erika Marrone, *Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità*

Riconoscimenti ai prodotti Alce Nero

Grazie al proprio impegno, nel corso del 2021 Alce Nero ha ottenuto diversi premi e riconoscimenti per i propri prodotti:

Per Alce Nero

PREMIO INIZIATIVA CHARITY 2020: Cofanetto "Buono come il pane"

Per Alce Nero Fresco

SANA 2021 | BIO AWARDS 2021 | SEZIONE ALIMENTARE: Erbette semidry

Per Alce Nero Freddo

BRAND AWARD 2021 | PREMIO NEW ENTRY: Biscogelati
B-OPEN e BIO & CONSUMI | II° ECOPACKAGING AWARDS 2021: Gelato alla stracciatella



Qualità e sicurezza dei fruitori

2.3

La **qualità premium** dei prodotti Alce Nero è il **frutto della condivisione di valori, impegni e standard con i produttori** che trasformano le materie prime agricole biologiche in prodotti finiti e confezionati a marchio. La **relazione dell'azienda con la filiera è stabile nel tempo, basata sulla fiducia reciproca** e sulla **co-creazione dei prodotti**. Lo scambio di conoscenze diventa elemento fondante di tale relazione orientata alla crescita reciproca: da una parte, il **trasformatore** mette a disposizione il suo know-how produttivo e tecnologico, dall'altra **Alce Nero** offre la propria conoscenza del biologico, delle dinamiche di mercato e degli standard qualitativi nella prospettiva di diffusione del prodotto sul mercato e disseminazione di idee, valori e cultura.

Il **68% del fatturato** e il **76% dei volumi** di Alce Nero S.p.a. è **realizzato con prodotti trasformati dai propri Soci Azionisti** sulla base di un'idea creativa sviluppata dai reparti Marketing e R&D di Alce Nero e, nel caso in cui gli impianti di questi ultimi non siano in grado di realizzare i nuovi prodotti immaginati, ci si rivolge a partner esterni al gruppo. Diventa quindi essenziale la massima cura e attenzione nel processo di selezione dei produttori cui viene affidata la realizzazione dei prodotti a marchio e, quindi, una parte della reputazione dell'azienda.

	Da Produttori Soci	Da Produttori non Soci
Ricavi Euro	48.468.865	22.581.487
Kg di prodotto venduto	12.545.782	3.930.372
Quota % su ricavi	68%	32%

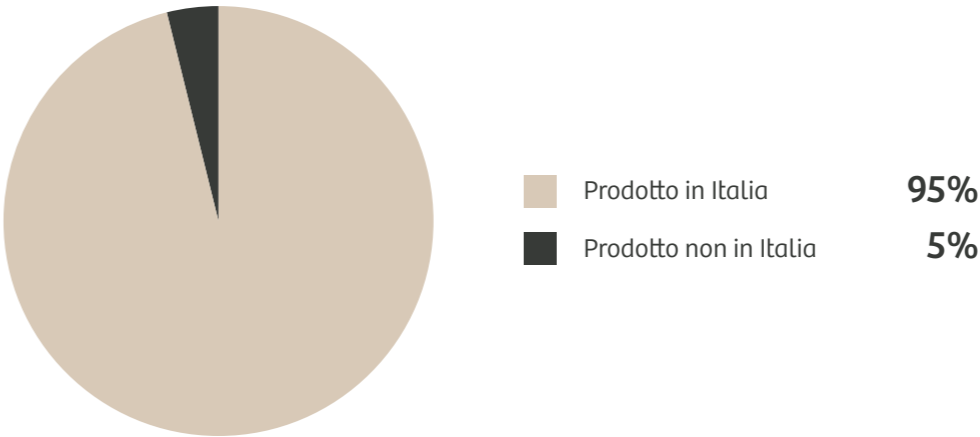
Tale processo è basato su una serie di **criteri documentati di valutazione** che mettono al centro la qualità, la sicurezza alimentare, la disponibilità a utilizzare le materie prime strategiche e di filiera e che, sempre più, nei prossimi anni comprenderanno anche criteri specifici di natura sociale e ambientale.

Ad oggi i trasformatori di prodotti finiti non Soci dei prodotti a marchio Alce Nero sono in totale 44 e sono localizzati quasi esclusivamente sul territorio nazionale.

Business Unit	Alce Nero	Alce Nero Fresco	Alce Nero Freddo
Numero di Fornitori di prodotti non Soci	38	5	8
Numero di Fornitori di prodotti finiti Soci	5	1	1
% con sede legale e operativa in Italia ¹¹	98%	100%	100%

11 Per ragioni di impossibilità di estrazione del dato, non è possibile riportare la percentuale del budget di approvvigionamento utilizzato per fornitori locali. Pertanto, il calcolo di tale budget si rimanda agli esercizi futuri.

Ripartizione volume di vendita in base al Paese di trasformazione



Gli unici **partner trasformatori non italiani** sono: Chocolat Stella (Svizzera), Cooperativa Norandino (Perù) e Ipagua (Guatemala) per ragioni legate alla natura stessa del prodotto.

Il processo di approvvigionamento di Alce Nero inizia con la **qualifica dei fornitori** e prosegue nel tempo con il loro **periodico e costante monitoraggio**. La **selezione iniziale dei fornitori** viene gestita attraverso un'**apposita procedura** che specifica i criteri di valutazione e i requisiti minimi per l'asseverazione del fornitore.

Parte di questo processo è l'**audit on site**, ovvero la visita allo stabilimento.

Le verifiche vengono affidate a personale interno o esterno di riconosciuta esperienza e sono focalizzate su:

- Qualità organizzativa;
- Presidio documentale;
- Stato igienico-sanitario delle strutture produttive;
- Gestione dei rischi e legal compliance;
- Approccio al biologico.

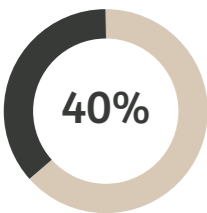
Oltre a questi, vengono anche effettuati **audit di mantenimento dei fornitori già qualificati** cosiddetti di scopo, cioè funzionali a delle specifiche valutazioni. Tutto il processo di gestione dei fornitori è imperniato su una **rigorosa analisi dei rischi** che prende in consi-

derazione una serie di criteri sulla base dei quali viene stabilita la frequenza dei controlli. Tra questi:

- **Rischi intrinseci** prodotto e/o ingredienti (chimici, fisici, microbiologici, allergeni, etc.);
- **Rischi emergenti**;
- **Ingredientistica**: mono o pluri ingrediente;
- **Sistema di approvvigionamento** del fornitore;
- **Non conformità** rilevate negli anni precedenti.

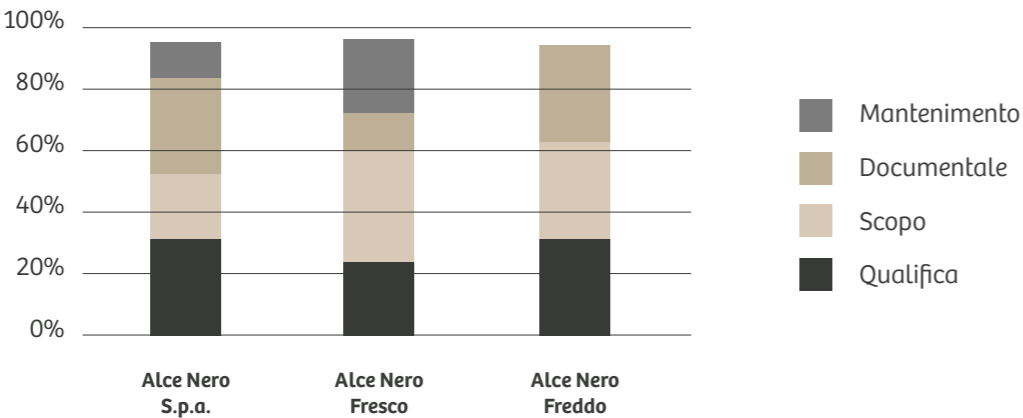
Sulla base di queste valutazioni viene stabilito il programma di audit sui fornitori e il piano analitico dei controlli. L'obiettivo relativo al programma di audit* per il 2021 è stato raggiunto e superato:

Fornitori sottoposti ad audit*



* Il dato è riferito a fornitori di prodotti finiti delle 3 Business Unit: Alce Nero S.p.a., Alce Nero Fresco S.p.a., Alce Nero Freddo S.p.a.

Tipologie di audit effettuati per Business Unit



Per quanto riguarda i controlli effettuati da Alce Nero, questi vanno ad aggiungersi ai controlli che i Soci e fornitori singolarmente effettuano lungo tutte le fasi produttive. In particolare, nel corso del 2021, il **budget analitico** è stato investito per effettuare le tipologie di analisi che seguono.

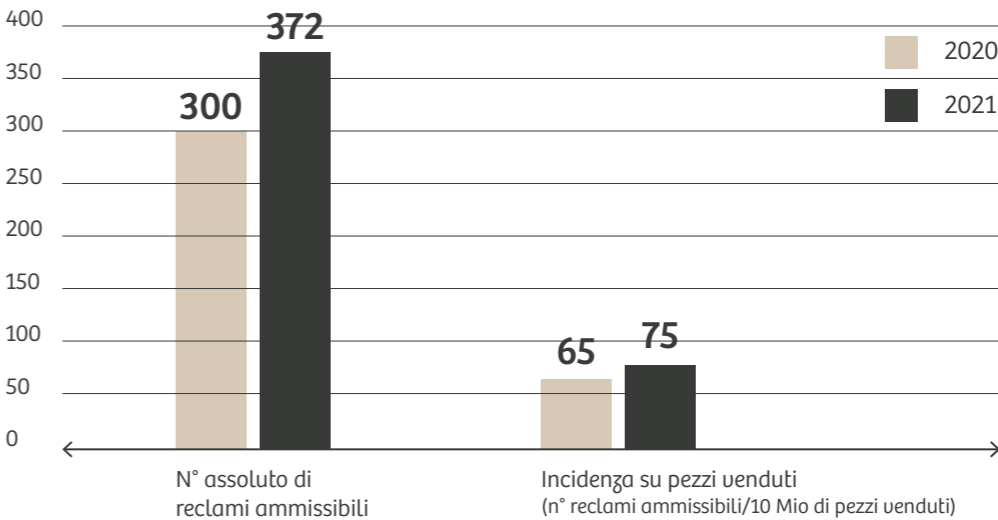
Ripartizione budget analitico



* Generalmente destinate alla valutazione di claim nutrizionali
** Analisi non previste dal piano standard
*** Viene definito di anno in anno sulla base dell'esito dell'analisi preventiva dei rischi

110 i parametri ricercati nel 2021

Per Alce Nero, quindi, i **trasformatori sono partner strategici** da coinvolgere costantemente per disseminare sempre di più una **cultura di responsabilità e sostenibilità**, e da accompagnare in un percorso di miglioramento continuo, fermo restando che non vengono accettati in nessun modo prodotti in violazione delle normative di riferimento. Nell'ambito di tale percorso, l'andamento delle segnalazioni esterne, interne e delle non conformità viene rivisto con frequenza settimanale mentre, almeno una volta l'anno, viene effettuata un'analisi completa della performance qualitative di prodotti e fornitori. I **risultati del 2021** possono essere così sintetizzati:



In particolare, l'aumento dell'incidenza dei reclami (+15%) rispetto all'anno precedente, deriva da un incremento di difetti organolettici e sul packaging. I difetti organolettici sono per lo più legati alla famiglia dei Frollini, per la presenza di fondo imbrunito soprattutto su due lotti di produzione. Nel corso dello stesso 2021 la problematica è stata risolta.

I difetti sul packaging derivano principalmente dalla famiglia di Bevande Vegetali, a causa di problematiche di saldatura dei lembi laterali e del tappo.

In questo percorso di costante evoluzione, Alce Nero si sta inoltre impegnando attraverso la **formalizzazione di un codice di condotta** cui tutti i suoi fornitori dovranno aderire e l'**implementazione di un sistema di valutazione dei partner produttivi** che tenga in considerazione anche criteri socio-ambientali.





Approfondimento: le certificazioni di Alce Nero

L'esigenza di Alce Nero di offrire **solo prodotti sicuri e di qualità**, funge da sempre da guida all'attuazione di una **politica di costante miglioramento** nel perseguimento dei seguenti obiettivi:

- **garantire**, in tutte le fasi del processo, **il livello di sicurezza e di qualità delle materie prime e dei prodotti finiti**;
- **accrescere il livello di soddisfazione dei clienti e dei consumatori** attraverso il miglioramento della qualità percepita dei prodotti;
- **ampliare l'offerta** di assortimento di prodotti biologici distintivi e salubri;
- **diffondere**, quanto più possibile in Italia e all'Estero, **un modello biologico e sostenibile**;
- **incrementare il livello di internalizzazione dell'organizzazione** migliorando la progettazione dei prodotti e dei servizi per garantire il massimo livello di soddisfazione dei propri clienti;
- migliorare il grado di **consapevolezza sugli aspetti di Sicurezza Alimentare** dei propri Stakeholder.

Per mantenere alto il livello di Qualità e Sicurezza del Prodotto, oltre alla certificazione riportate accanto Alce Nero ha implementato un sistema di gestione per la sicurezza alimentare certificato secondo lo schema **UNI EN ISO 22000:2018** che ha lo **scopo di tutelare la salute dei consumatori**, sia da rischi reali o anche solo potenziali, derivanti dai propri prodotti o dalle proprie attività, attraverso:

- un **presidio dei pericoli alimentari** su materie prime e prodotti finiti approvvigionati dai Soci produttori e da fornitori terzi;
- la **messa sotto controllo di fattori di rischio particolari**, specifici per alcune categorie di consumatori "a rischio", come i bambini e i celiaci;
- il **presidio delle filiere di approvvigionamento biologico ed "Equo Solidale"**, che escludano il ricorso a pesticidi e che garantiscano un adeguato livello di equità sociale nel rispetto della Sicurezza alimentare e dell'Ambiente.

Alce Nero, inoltre, da diversi anni ha definito una **Politica per la qualità e per la sicurezza alimentare**. La policy, disponibile sul sito web aziendale, definisce l'impegno di Alce Nero nel proporsi come marca di riferimento per tutti coloro che intendono nutrirsi in modo sano per sé stessi e per l'ambiente circostante. L'impegno si estende all'allargamento di un **Sistema agro alimentare fondato sul metodo della coltivazione biologica** che sia in grado di rispondere a tutte le aspettative, anche quelle non espresse, dei propri Consumatori e Clienti. La Politica è periodicamente riesaminata allo scopo di mantenerla aggiornata e coerente con la filosofia e gli obiettivi aziendali, inoltre è diffusa a tutti i fornitori, dipendenti e clienti.

Le certificazioni dei Soci Alce Nero

Oltre alle certificazioni adottate da Alce Nero, tutti i Soci e fornitori sono inseriti nel Regime di Controllo Biologico (ai sensi del Regolamento 848/2018) e molti di essi hanno implementato **diversi standard di certificazione sia in ambito Qualità e Sicurezza Alimentare, che Ambientale ed Etico**.

Per una overview esaustiva delle certificazioni si rimanda ai siti web delle aziende Socie.

La Cesenate Conserve Alimentari	Pastificio Felicetti	Molino De Vita	Finoliva Global Service	Brio	Chocolat Stella
BRC <i>Global Standard for Food Safety</i>	BRC <i>Global Standard for Food Safety</i>	IFS <i>International Food Standard</i>	BRC <i>Global Standard for Food Safety</i>	BRC <i>Global Standard for Food Safety</i>	FSSC 22000 <i>Food Safety System Certification Scheme 22000</i>
IFS <i>International Food Standard</i>	IFS <i>International Food Standard</i>	UNI 11381:2010 <i>Sistemi di monitoraggio degli insetti</i>	IFS <i>International Food Standard</i>	IFS <i>International Food Standard</i>	FLO <i>Fairtrade</i>
JAS <i>Japan Agricultural Standards</i>	JAS <i>Japan Agricultural Standards</i>	UNI EN ISO 22005 <i>Certificazione del Sistema di Rintracciabilità nella Filiera alimentare e mangimistica</i>	JAS <i>Japan Agricultural Standards</i>	UNI ISO 9001 <i>Sistemi di gestione per la qualità</i>	Renewable energy
FSSC 22000 <i>Food Safety System Certification Scheme 22000</i>	UNI ISO 9001 <i>Sistemi di gestione per la qualità</i>		UNI ISO 14001 <i>Sistemi di gestione ambientale</i>	FLO <i>Fairtrade</i>	Energy efficiency
Halal	Kosher			GLOBAL G.A.P	
FLO <i>Fairtrade</i>	Halal		UNI EN ISO 22005 <i>Certificazione del Sistema di Rintracciabilità nella Filiera alimentare e mangimistica</i>		
UNI ISO 14001 <i>Sistemi di gestione ambientale</i>					

Considerando anche i prodotti provenienti da fornitori non Soci, è possibile affermare che il **96% dei fornitori Alce Nero possiede almeno 1 certificazione sulla sicurezza alimentare**.

I prodotti Trasformativi di Alce Nero

2.4

"Abbiamo, forse da sempre, un'abitudine a cercare bene le parole da usare, a cercare parole che non si svuotino in fretta, che non siano abusate, già fraintese, usate per camuffare aspetti che si vogliono nascondere dal fascio di luce principale.

Forse perché ci è stato insegnato a prendere molto sul serio la frase¹² con cui abbiamo deciso di aprire questo Bilancio di Sostenibilità: non ci può essere **sostenibilità vera** se non si sente intimamente che è giusto, cioè davvero utile, agire un **modello economico che includa il rispetto delle Persone e della Terra**; non ci può essere un **cibo vero** se non si sente che lo si sta facendo per una Persona, che contribuirà a definire la sua salute, il suo benessere e quello del Pianeta che la ospita e che le parole che useremo per raccontarglielo lo nutriranno nello stesso modo.

Uno dei termini per descrivere un cibo che viene da "realità industriali" è **prodotto trasformato**. Spesso nelle nostre menti coincide sì con prodotto controllato, sicuro, ben confezionato ma anche con un prodotto che ha perso la sua identità, di cui spesso non si trova traccia della storia del territorio di provenienza, delle Persone che lo hanno coltivato, sovente caratterizzato da liste ingredienti lunghissime e dense di "componenti vuote e spesso sconosciute" e che non nutrono bene, saziano solamente.

Per questo abbiamo cercato un termine che potesse aiutarci a dire che si possono fare anche volumi importanti di cibo senza perdere la cura e l'attenzione. È vero che noi trasformiamo materie prime in prodotti, facciamo prodotti trasformati quindi, ma crediamo sia decisivo il come li si fa e il pensiero che c'è dietro, dentro. Si può fare un cibo che trasformi in positivo il territorio in cui nasce perché frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e ne preserva la fertilità, che cerchi i migliori ingredienti e che ne usi il meno possibile. Si può fare un cibo di cui si raccontano la storia, le Persone, il territorio perché dare un nome alle cose fa parte del riconoscerne il valore. Si può fare un cibo bello da pensare, da coltivare, da trasformare e da mangiare.

Un prodotto **Trasformativo**, che nasca da una filiera che crea valore e non lo sottrae. Mentre noi trasformiamo lui, lui trasforma noi."

Chiara Marzaduri, Responsabile Comunicazione

¹² "Il cibo e le parole entrano in una Persona e hanno la capacità di cambiarla".





Progetto Great Life

Frollini al miglio e sorgo per un'agricoltura resiliente al cambiamento climatico

Questo **prodotto Trasformativo** è il **simbolo di un approccio sostenibile e responsabile** verso ogni componente del complesso sistema in cui viviamo. Questo frollino Alce Nero rappresenta a livello ambientale la **tensione evolutiva del biologico**, una sorta di bio 4.0: non solo è espressione del modo pulito e rigenerativo dell'azienda di fare agricoltura, ma è anche la manifestazione concreta dell'**agricoltura del futuro**, un'agricoltura che si definisce "resiliente" perché adattiva nei confronti degli impatti del cambiamento climatico, una necessità (quella di adattarsi) che non è possibile combattere, ma nemmeno subire e che rappresenta la sfida globale per la sopravvivenza.

Con l'obiettivo di promuovere questa consapevolezza, **Alce Nero ha partecipato al progetto Great Life**: progetto cofinanziato nell'ambito del Programma europeo LIFE con capofila il Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna e come partner Alce Nero, Kilowatt, Comune di Cento e LCE-Life Cycle Engineering. Attraverso un modello di produzione e di consumo sostenibile, basato sull'agricoltura biologica e resiliente, Great Life si propone di generare un agro-ecosistema stabile nel tempo, sostenibile per l'ambiente e fonte di reddito, quindi di benessere e futuro per la collettività.

La strategia è quella di puntare su **culture resilienti**, particolarmente adatte al biologico, **come il miglio e il sorgo**, in grado di svilupparsi in aree con un clima in continuo cambiamento e quindi fortemente adattive. Questi cereali, nonostante il loro elevato profilo nutrizionale, nel tempo sono stati prima dimenticati e progressivamente abbandonati, ma sono legati al territorio emiliano-romagnolo da una lunga storia, che li vedeva ingredienti centrali nell'alimentazione di una volta. Avendo meno bisogno di acqua e altri input esterni rispetto ad altri cereali, il miglio e il sorgo hanno un impatto minore sull'ambiente.

Gli obiettivi di Great Life si inseriscono perfettamente all'interno del piano strategico del **Green Deal** europeo che prevede di mettere in atto una serie di misure volte al raggiungimento della neutralità climatica in Europa entro il 2050. Tra i punti principali del "patto verde europeo" ci sono proprio la difesa della biodiversità, la modifica in senso ecologico delle produzioni e dei consumi alimentari e la promozione di un'economia circolare a spreco zero.

Resilienza, biodiversità, biologico, agro-ecologia sono voci del medesimo paradigma. Per funzionare, questo paradigma ha bisogno anche del sostegno di una comunità fatta di Persone attente alla propria salute e a quella del pianeta, adulti e giovani che si facciano essi stessi promotori della necessità di mangiare in modo sano e sostenibile. Per questo il progetto Great Life verte su un approccio innovativo ed integrato, che va dalla produzione agricola, alla trasformazione fino ai consumatori finali.





Progetto Blockchain

La tecnologia al servizio della tracciabilità di filiera dell'olio extra vergine di oliva biologico

La **prima sperimentazione Blockchain di Alce Nero** è nata con l'obiettivo di tracciare l'intero ciclo di vita del proprio **olio extra vergine di oliva biologico**, ottenuto da produttori per lo più parte del territorio del *Biodistretto delle Lame*, cui Alce Nero aderisce in qualità di Socio Promotore, avendo partecipato anche alla sua costituzione.

La blockchain permette di registrare tutte le informazioni che riguardano ciascuna fase della catena produttiva. Attraverso una rete condivisa, accessibile ma non modificabile, in cui ogni passaggio è verificato e certificato.

Questo rappresenta un'**importante garanzia di qualità per il consumatore**, che potrà egli stesso accedere a tali informazioni, scansando con lo smartphone il QR code impresso sul collarino di ciascuna bottiglia. Si tratta di un **modo semplice ed efficiente per apprendere tutte le informazioni certificate sulla storia del prodotto acquistato**: dal territorio dove è stato coltivato, alle tecniche utilizzate, con riferimento ad ogni singolo produttore e lavoratore, alle fasi di trasformazione e confezionamento. Si potrà così verificare che si tratta di un olio 100% italiano e biologico, di sicura provenienza e di alta qualità, un prodotto che è garanzia di legalità e trasparenza, ad ogni livello, ulteriormente controllato e certificato da CCPB in conformità alla norma ISO 22005 che ne attesta la tracciabilità di filiera.



Lotto n. 2207.05.



Il Biodistretto delle Lame

Il Biodistretto delle Lame include i **Comuni di Bitonto e Ruvo di Puglia** per un'estensione di **40.000 ettari**. È situato in un territorio che fonda le proprie radici nella perfetta integrazione tra la cultura contadina e una modernità sostenibile. Il paesaggio è caratterizzato da solchi erosivi poco profondi e da formazioni carsiche tipiche del Murgiano.

È un'area centrale per la produzione di **olio extra vergine di oliva di alta qualità, uva da vino e uva da tavola, mandorle, ciliegie e grano duro**. Qui, **circa 4.000 ettari di territorio sono coltivati con metodo biologico**, altri **1.000 sono in conversione** e **12.000 sono tutelati dal Parco dell'Alta Murgia**.

A rendere unico questo territorio sono i suoi elementi identitari: i tratturi, le masserie, i muretti a secco, le cattedrali, i musei, le pinacoteche, i teatri, le associazioni culturali e quelle musicali. Questo, unitamente ad una vocazione naturale verso **un'agricoltura sostenibile**, ad **un'alta produttività della terra** e ad una **forte innovazione**, creano grandi opportunità per uno sviluppo economico equo e rispettoso.

L'obiettivo del Biodistretto è la **valorizzazione del territorio e della produzione agricola sostenibile e di qualità**, che persegue grazie all'associazione fra enti comunali, produttori singoli o associati, aziende di confezionamento e commercializzazione di prodotti agricoli, cooperative sociali, associazioni culturali e pro- loco.

Fra i Soci costituenti c'è Alce Nero che già oggi distribuisce gran parte della produzione di olio e grano duro bio di questo territorio; **cooperative e aziende private** con grandi esperienze nelle produzioni biologiche; **associazioni culturali** che già da tempo si misurano con i temi della sostenibilità ambientale; **amministrazioni comunali** che si sono dimostrate sensibili ai temi di sviluppo sostenibile, e ancora, sono solide le relazioni con il parco dell'Alta Murgia, il GAL, l'Istituto Agronomico Mediterraneo e l'Università di Bari. Ognuno stimolato ad operare in rete per un fine comune. Tra gli obiettivi condivisi tra le Parti: la commercializzazione e la comunicazione, la qualità globale, l'interrelazione con tutto il territorio, il rispetto dell'ambiente, la gestione dei rifiuti, le energie rinnovabili, l'agricoltura sociale e la cultura rurale.

L'impegno sul packaging

2.5

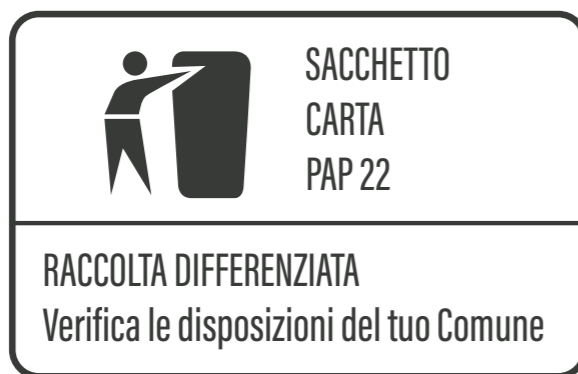
L'impegno di Alce Nero nasce dalla consapevolezza dell'impatto ambientale generato dai rifiuti degli imballaggi alimentari.

Per questo, nel corso del 2021, circa il **11% delle referenze** Alce Nero sono state **coinvolte in progetti di miglioramento degli imballaggi**, finalizzati all'introduzione di **packaging ecologici innovativi**, che possano essere gestiti in un'ottica di economia circolare. A tal fine, circa il **34% delle referenze a marchio** danno la possibilità al consumatore di sfruttare tutte o alcune delle componenti, così da prolungare il loro ciclo di vita. In questo modo, ad esempio, il vasetto di miele Alce Nero può diventare un contenitore per piccoli oggetti.

È però doveroso fare un passo indietro e distinguere alcuni temi spesso confusi da chi non è addetto ai lavori.

La **filiera del riciclo** è composta da **tre macroprocessi**, come descritto nelle Linee Guida CONAI, uno dei player di riferimento della green economy italiana:

1. La prima fase è la **raccolta differenziata** da parte del cittadino, ovvero un primo momento di separazione che avviene in casa del consumatore. Motivo per cui rivestono un ruolo importante le istruzioni per la raccolta differenziata domestica comunicate sui prodotti Alce Nero tramite l'etichettatura ambientale, conformemente al **Decreto Legislativo n° 116 del 3 Settembre 2020**, cui l'azienda si è adeguata tempestivamente nonostante la proroga dell'entrata in vigore. È in questo modo che il consumatore saprà se conferire il proprio imballaggio nella raccolta differenziata (carta e cartone, vetro, plastica, acciaio, alluminio, organico, etc.) o indifferenziata.



Es. Etichetta ambientale – raccolta carta (prodotto Alce Nero)

2. La seconda fase avviene nei **centri di selezione**, dove gli imballaggi vengono lavorati.
3. La terza e ultima fase riguarda i **flussi di riciclo**. Qui lo scopo è quello di rivalorizzare i materiali, destinandoli a nuova vita.



Schema di filiera di riciclo della plastica (linee guida CONAI)

Nella **valutazione dell'impatto ambientale** dei pack si deve considerare che ciascun contenitore può essere fatto di **diverse componenti** (es. le composte Alce Nero sono costituite da barattolo di vetro GL70 e dalla capsula in acciaio C/FE91).

Considerando tutte le singole componenti costituenti gli imballaggi dei prodotti a marchio Alce Nero, **oltre il 99% ha un canale di raccolta dedicato**. Il consumatore dunque potrà essere protagonista, nonché il primo attore della filiera del riciclo di carta, plastica, acciaio, alluminio e vetro.

In particolare, circa il **30% delle componenti degli imballi Alce Nero** è destinato alla raccolta differenziata **plastica**, circa il **27% è destinato alla carta**, circa il **20% al vetro**, circa il **19% all'acciaio** e circa il **3% all'alluminio**.

Raccolta differenziata delle componenti degli imballi dei prodotti a marchio Alce Nero (in Alce Nero S.p.a.)



Percentuale di raccolta differenziata delle componenti¹³ degli imballi Alce Nero

Solo **meno dell'1% delle componenti risulta indifferenziabile** e quindi dovrà essere smaltito secondo disposizioni del proprio Comune di riferimento. Un esempio ne è il barattolo di carta del brodo granulare che, avendo il fondo in materiale poliaccoppiato, seppur non differenziabile, permette di mantenere la salubrità e la sicurezza alimentare del prodotto durante tutto il corso della shelf life. Ad ogni modo, Alce Nero si è già impegnata in diversi **progetti finalizzati a raggiungere il 100% di componenti destinati alla raccolta differenziata entro il 2023**.

Per comprendere pienamente i prossimi dati, è necessario fare chiarezza su un concetto: gli imballaggi conferiti in raccolta differenziata, possono essere riciclabili o non riciclabili. Gli imballaggi considerati **riciclabili**, ai sensi della norma tecnica UNI EN ISO 13430, soddisfano i criteri di idoneità alle tecnologie di riciclo esistenti. Tali criteri devono essere valutati mediante indagini e studi specifici. È necessario sottolineare che, affinché si realizzi il riciclo vero e proprio dei diversi materiali, deve esistere almeno un impianto che lavori l'imballaggio post consumo e trasformi in una materia prima seconda (ovvero riciclata) il materiale di cui è costituito l'imballaggio. Tale materiale riciclato deve essere poi acquistato da imprese che riescano con essa a realizzare nuovi manufatti.

L'impegno di Alce Nero si riflette nella scelta di **imballaggi prevalentemente monomateriali o costituiti da più materiali facilmente identificabili e separabili** tra di loro: tale scelta rende gli imballaggi più facili da riciclare.

L'olio extra vergine di oliva Alce Nero

Un ulteriore esempio di impegno sul packaging è rappresentato dall'**olio extra vergine di oliva** biologico Alce Nero destinato al mercato giapponese. Il tappo, con versatore, è un unico pezzo di monomateriale plastico che viene inserito per pressione sul collo della bottiglia in vetro e che, a fine vita, può essere integralmente staccato dalla bottiglia stessa. Quindi, a differenza delle altre bottiglie di olio, il consumatore può differenziare l'imballaggio completamente, destinando ogni componente ad un canale di raccolta specifico: il vetro per la bottiglia e la plastica per il tappo.

Sempre sulle referenze di olio a marchio Alce Nero, il confezionatore Finoliva Global Service sta valutando l'utilizzo di nuovi adesivi a base vegetale per la chiusura dei cartoni. Tali adesivi sono formulati senza utilizzo di materie prime di origine fossile e consentono oltretutto un risparmio fino al 40% nel consumo di prodotto.

Come considerato precedentemente, gli **imballaggi della gamma Alce Nero** possono essere costituiti da diverse componenti di diversi materiali. Tra queste:

- il 100% delle componenti differenziabili nel **vetro** (ad esempio il vasetto delle composte) sono riciclabili;
- sono riciclabili l'85% delle componenti differenziabili nell'**alluminio**: sono esclusi soltanto i pack del dado e del brodo granulare Alce Nero poiché costituiti da materiale composito (plastica+alluminio) per preservarne le caratteristiche organolettiche e qualitative;
- il 63% delle componenti differenziabili nella **plastica**, sono riciclabili: le rimanenti componenti plastiche non riciclabili sono tali in quanto devono preservare al meglio il prodotto (ad esempio i sacchetti che racchiudono le farine macinate a pietra, conservate in atmosfera modificata);
- solo il 3% delle componenti differenziabili nell'**acciaio** risultano riciclabili, poiché c'è ancora difficoltà a reperire sul mercato materiali riciclabili che soddisfino gli alti standard qualitativi di Alce Nero, che mantengano inalterate la qualità dei prodotti e si adattino ai processi dei trasformatori;
- il maggiore impegno di Alce Nero nel corso del 2021 è stato relativo alle componenti in **carta**, di cui il 97% è attualmente riciclabile.



Il nuovo pack della pasta Alce Nero

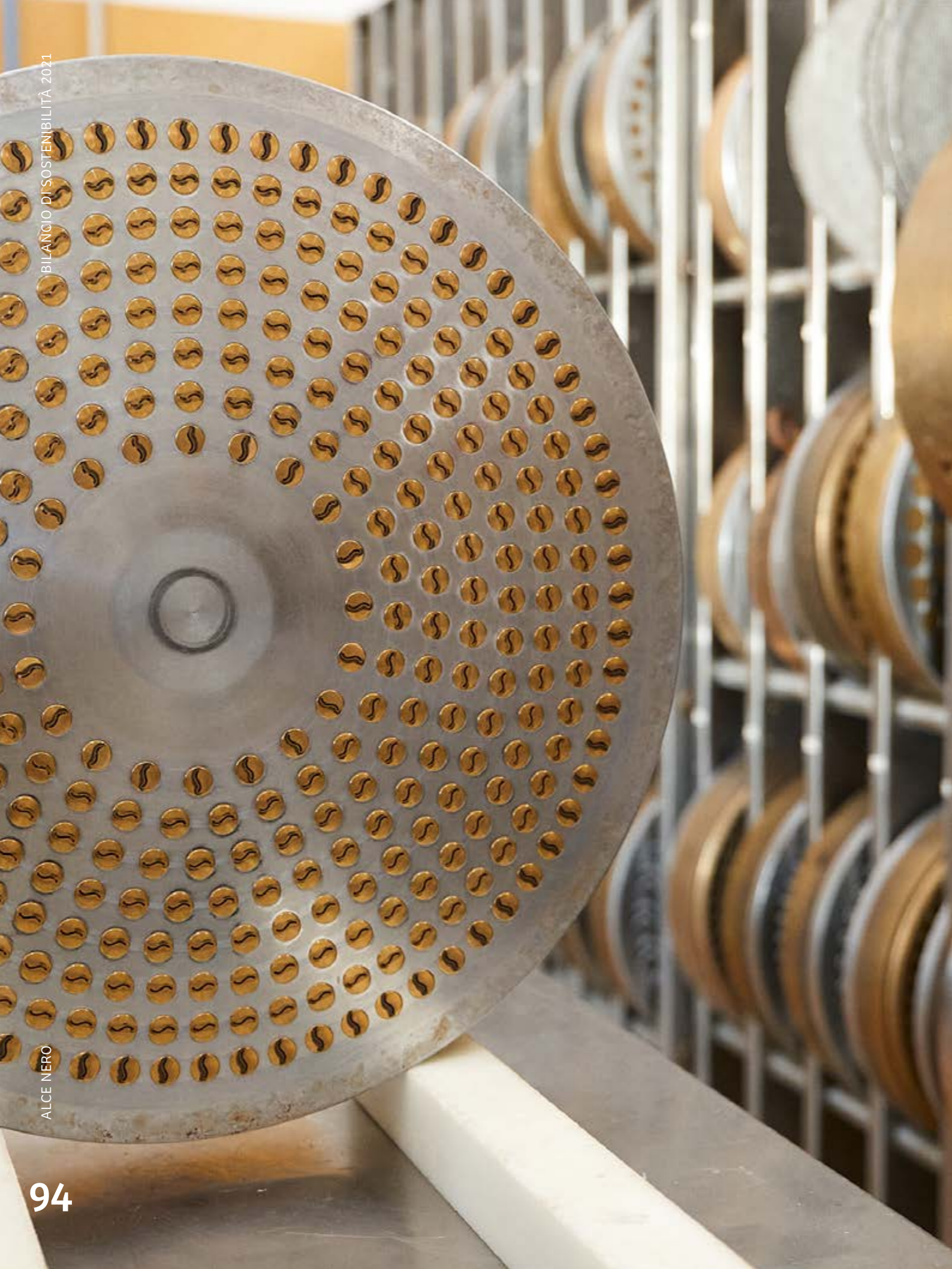
La pasta Alce Nero, di grano duro Cappelli, farro e farro integrale, ha un **nuovo packaging** che nasce dall'impegno di **ridurre l'uso della plastica** e mitigare gli impatti ambientali post-consumo, potendo essere destinato in nuovi cicli di vita una volta diventato rifiuto. Il packaging Alce Nero, infatti, è totalmente riciclabile nella carta: ha ricevuto da Aticelca, ente terzo e imparziale, la **certificazione denominata Aticelca 501/19 - di Livello A** attestando la sua riciclabilità nella carta.

Nell'ambito del processo di innovazione orientata alla sostenibilità, Alce Nero ha sviluppato innovativi incarti **compostabili** che soddisfano i requisiti dettati dalla **norma tecnica UNI EN ISO 13432**, che sostituiscono la plastica tradizionale e possono essere gestiti all'interno della filiera del rifiuto organico, come per le barrette di cioccolato 100g.



Nel 2021, per il 3% delle referenze, Alce Nero ha sviluppato **soluzioni innovative**, implementando dei packaging costituiti da materiali **bio-based**, ovvero derivanti almeno in parte da biomasse come ad esempio mais, canna da zucchero e canapa. Ad esempio, grazie alla collaborazione con le più importanti realtà tecnologiche del settore del confezionamento asettico, Alce Nero ha introdotto un nuovo pack per la gamma delle proprie bevande vegetali realizzato con strati di materiali accoppiati, tra cui **bioplastiche ricavate dalla canna da zucchero e carta**. Una nuova confezione prodotta con il 74% di materie prime da fonti rinnovabili, che mantengono inalterata la qualità dei prodotti e assicurano le stesse caratteristiche di sicurezza e durata della plastica tradizionale. Inoltre, la Certificazione FSC garantisce che il prodotto provenga da una foresta e da una filiera di approvvigionamento gestite in modo responsabile.

Sebbene il packaging eco friendly rappresenti oggi anche uno strumento di marketing, Alce Nero sta concretamente lavorando al fine di eliminare gli imballaggi non differenziabili e aumentare la % delle componenti riciclabili, come prefissato dall'Unione Europea entro il 2030, dimostrando una maggiore consapevolezza ambientale e incontrando la crescente domanda di consumatori sempre più responsabili.



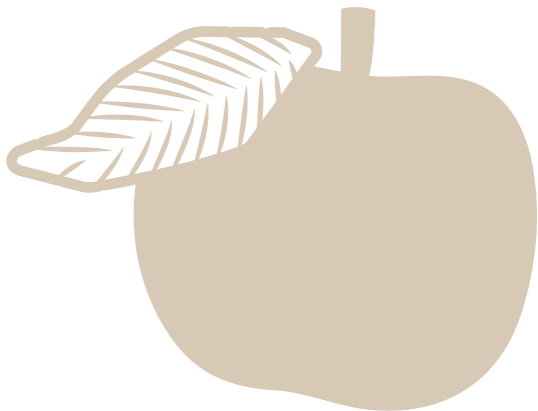
In una visione generale, l’orientamento di Alce Nero, impegnato sempre più nella ricerca di soluzioni alternative e innovative per i propri imballaggi, si rispecchia anche nei numeri relativi alle Business Unit di Alce Nero Fresco e Freddo:

- referenze coinvolte in progetti di miglioramento degli imballaggi: 8% delle referenze del Freddo, 0% del Fresco;
- referenze con ciclo di vita prolungabile: 0% del Freddo, 14% del Fresco;
- referenze con packaging in materiali bio-based: 0% del Freddo, 6% del Fresco.

Come considerato precedentemente, gli imballaggi della gamma Alce Nero Fresco e Freddo possono essere costituiti da diverse componenti di diversi materiali. Tra di esse:

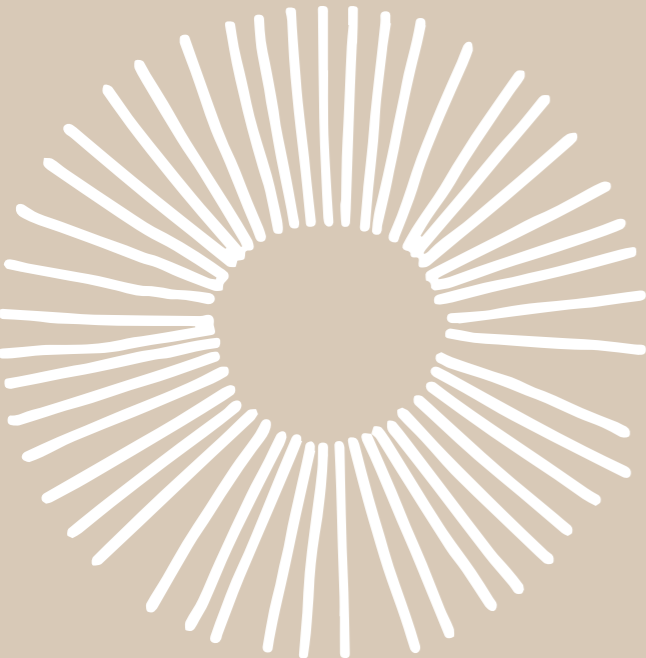
Componenti prodotti Alce Nero Fresco	% raccolta differenziata	% riciclabile	% compostabile
Plastica	69%	66%	0%
Carta	25%	100%	0%
Acciaio	0%	0%	0%
Vetro	0%	0%	0%
Alluminio	6%	100%	0%
Indifferenziato	0%		

Componenti prodotti Alce Nero Freddo	% raccolta differenziata	% riciclabile	% compostabile
Plastica	7%	100%	100%
Carta	93%	100%	24%
Acciaio	0%	0%	0%
Vetro	0%	0%	0%
Alluminio	0%	0%	0%
Indifferenziato	0%		



CAP 3

Le comunità





“Dietro ogni prodotto Alce Nero ci sono sempre Persone con un volto e una storia da raccontare. In Alce Nero l'essere umano riveste un ruolo centrale perché attraverso l'umano saper fare riusciamo a trasformare ciò che la Terra ci offre in nutrimento di corpo e anima per altri esseri umani, in un circolo virtuoso di reciprocità.”

Erika Marrone, *Direttrice Qualità, Filiere e Sostenibilità*

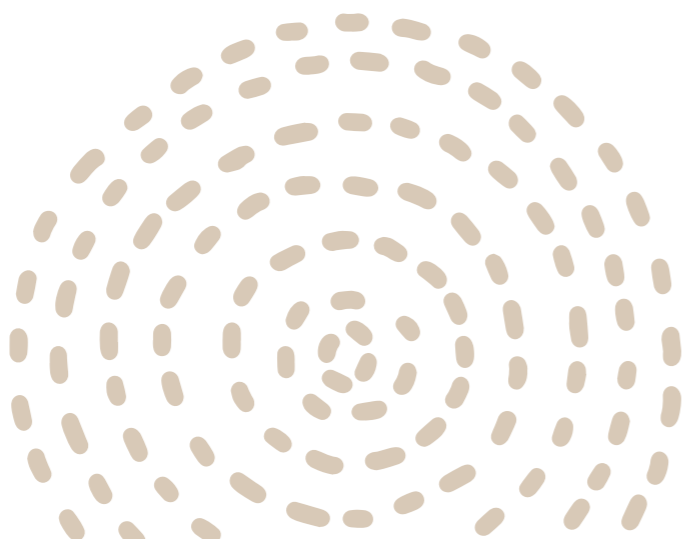


Per ottenere prodotti di elevato valore, la qualità del prodotto agricolo da cui essi derivano è imprescindibile.

È solo coltivando questa eccellenza che un'azienda può permettersi di realizzare prodotti che non contengono nulla di troppo, che non utilizzano "make up", come gli aromi ad esempio, per mascherare caratteristiche scadenti. Un prodotto agricolo di valore, inoltre, non può che crescere su un suolo e in un ambiente sani.

Per questo, ciascun **agricoltore** è il **custode del proprio territorio**, ne **rappresenta e salvaguarda la biodiversità** impegnandosi in un'agricoltura biologica resiliente e in perpetua innovazione. Alce Nero in questo sistema si pone come **elemento di congiunzione tra gli asset agro-industriali e i fruitori finali** e come **garante di una qualità che non è solo un attributo del prodotto**, ma un approccio complessivo e omnicomprensivo di diverse dimensioni e sfaccettature.

L'esperienza dei propri partner agricoli in agricoltura biologica è pluriennale e, in media, si tratta di un minimo di 10 anni per i cereali e di 8 per il pomodoro. Da quasi un decennio i suoli dove crescono le materie prime Alce Nero giovano dei benefici della **rotazione culturale**, dell'**integrazione di concimazioni di matrice organica**, dell'**utilizzo di micorrize** ed in generale di un **approccio ecologico**.



Il modello di filiera Alce Nero

Insieme ai propri Soci, Alce Nero si impegna da sempre a costruire un **modello di filiera aperta e replicabile** che, in applicazione del principio del miglioramento continuo, sia **in continua evoluzione** ampliando progressivamente i criteri di valutazione, la condivisione di conoscenze, i traguardi da raggiungere.

Il modello Alce Nero prende in considerazione diverse dimensioni come sotto rappresentato.

Principali elementi di gestione del modello di filiera Alce Nero



Caratteristiche delle filiere strategiche Alce Nero

Frumento duro

Il suo bacino di produzione è concentrato nelle **regioni più vocate** per questo cereale: **Puglia e Toscana**. Gli areali di coltivazione in Puglia variano dalla ventosa pianura del tavoliere alle dolci colline del Subappennino Dauno, fino alle Murge baresi all'interno del Parco Nazionale dell'Alta Murgia. In Toscana, il grano cresce tra il mare e i bassorilievi grossetani, all'interno o in prossimità del Parco Regionale della Maremma. Un centinaio di agricoltori seminano tardivamente il frumento duro, adottando la tecnica della falsa semina, per raccogliarlo nel caldo giugno. Gli areali di crescita per le piantine di frumento sono molto diversificati, sia in termini climatici, che di terreni: si passa da terreni più profondi e fertili nella provincia di Foggia, a terreni più pietrosi e di difficile lavorazione nelle Murge baresi, in provincia di Bari.

Numero di agricoltori

103



Regioni di coltivazione

Puglia 94%
Toscana 3%
Basilicata 3%



Superfici coinvolte

2519 HA



Produzione frumento duro 2021

6.370 tons



Numero di prodotti finiti
a marchio Alce Nero ottenuti

67



Aree svantaggiate* coinvolte

43%



Controlli in campo effettuati
da Alce Nero

10% aziende agricole



Il **frumento duro** è prevalentemente impiegato per la **produzione di pasta**, ma anche per quella del **cous-cous**.

La filiera della pasta si compone dei seguenti attori:

- **Produttori agricoli:** Coop. Lavorazione Prodotti Agricoli, Coop. Daunia & Bio, Az. Agricola Desiante Maria, Az. Agricola Denora Filippo, Az. Agricola Pace Salvatore, Az. Agricola Berardi.
- **Mediterre.Bio** (Socio): Socio di Alce Nero e di cui Alce Nero è Socio. Si occupa, insieme ad Alce Nero, della gestione operativa della filiera del frumento duro in tutte le fasi di pianificazione e produzione, dalla semina alla raccolta, e di monitoraggio e audit. Meditterre.Bio è costituita da 17 Soci tra cui la Fondazione Siniscalco Ceci Emmaus, Molino De Vita, Alce Nero, Libera Terra Mediterraneo, Coop. Daunia & Bio, Coop. Lavorazione Prodotti Agricoli, OP Oliveti Terra di Bari.
- **Molino De Vita** (Socio): si occupa dello stoccaggio della granella e della molitura a semola.
- **Pastificio Felicetti** (Socio): storico pastificio trentino che trasforma la semola, unita all'acqua delle Dolomiti del Latemar, in pasta.

Ricerca su nuove varietà

Dal 2018 è in corso un **progetto di identificazione di varietà di frumento duro Alce Nero**, con la collaborazione del CREA - Foggia e Sais S.p.a. L'obiettivo è individuare e testare nuove varietà adatte agli areali di coltivazione Alce Nero che garantiscano un'elevata qualità in pastificazione.

Nella valutazione, inoltre, diventa fondamentale il criterio di adattabilità della varietà al metodo biologico, in particolare in termini di competitività con le erbe infestanti e resistenza all'allettamento.

* Zone agricole caratterizzate da disparità strutturali e naturali come definite dalla normativa comunitaria.



Grano duro Cappelli

Tra le varietà di frumento duro più significative per Alce Nero troviamo il **grano duro Cappelli**. Questa varietà è il frutto del lavoro del genetista *Nazareno Strampelli* che, a inizi '900, inizia a incrociare diverse varietà nord-africane della popolazione 'JENAH-RHETI-FAH' testandole in campi sperimentali a Foggia. Il nome della varietà deriva dal Marchese abruzzese *Raffaele Cappelli*, Senatore del Regno D'Italia e tra i protagonisti della 'riforma agraria' di inizio Novecento, che ha contribuito indirettamente al lavoro di Strampelli per la ricerca di nuove varietà. Il successo della varietà Cappelli nasce dai suoi caratteri di elevata adattabilità e **rusticità**, nonché **qualità della semola**. Diversi studi hanno dimostrato **buone caratteristiche di digeribilità della pasta ottenuta con semola Cappelli**, anche in Persone affette da sensibilità da glutine¹⁴. Il grano duro Cappelli ha la peculiarità di:

- essere una **varietà di taglia alta**, caratteristica molto apprezzata nella competizione con le piante infestanti;
- **adattarsi bene** su terreni poveri. In condizioni di eccessiva fertilità del suolo o errata rotazione colturale tende ad allettarsi a terra, ovvero a sdraiarsi al suolo rendendo più difficile la raccolta;
- **produrre tante proteine**, componente essenziale per ottenere una pasta di qualità. Di contro, in quanto cereale antico, non è molto produttivo.

Numero di agricoltori
69



Superfici coinvolte
1.215 HA



Regioni di coltivazione
Puglia 90%
Toscana 6%
Basilicata 4%



Anche il frumento duro varietà Cappelli viene impiegato per la produzione della **pasta**, della **farina in sacchetto**, del **frollino**, dei **semolini per neonati** e per le **gallette**.

La filiera è la medesima descritta precedentemente per il 'frumento duro', eccetto per la pasta di grano duro Cappelli Parchi della Toscana che viene prodotta dal frumento Cappelli coltivato prevalentemente dall'azienda agricola dell'*Ente Terre Regionali Toscane* ad Alberese, nel cuore della Maremma. I campi coltivati si estendono in prossimità della Pineta Granducale, della Bocca D'Ombrone e del bosco facente parte del Parco della Maremma, in località Alberese, in un areale patrimonio di biodiversità di flora e fauna.

¹⁴ <https://www.mdpi.com/2072-6643/11/4/712>.



Pomodoro

Il **pomodoro** viene coltivato in **Emilia-Romagna**. Di identità prevalentemente romagnola, coltivato nelle province di Ravenna e di Ferrara, cresce non lontano dal mare in un territorio storico per la produzione del pomodoro da industria e dal know how di agricoltori esperti di questa coltura. Anche la trasformazione avviene in Romagna, a Cesena, presso il Socio **La Cesenate Conserve Alimentari**. È sicuramente **fra le colture più esigenti**, sia in termini di risorse come acqua e concimazioni, che in termini di tempo. Rimane infatti in campo all'incirca 3 mesi dal trapianto delle piantine di pomodoro alla raccolta e richiede in tale periodo un monitoraggio quotidiano e una cura costante. È una pianta attaccabile sia da malattie fungine che da insetti ed è quindi essenziale, come prima barriera, la corretta scelta di **varietà resistenti o tolleranti**. Cresce tra la fine della primavera e l'estate inoltrata, in un periodo dell'anno sempre più esposto a problemi di mancanza di piogge e siccità.

Numero di agricoltori
15



Superfici coinvolte
350 HA



Regioni di coltivazione
Emilia-Romagna 100%



Produzione pomodoro 2021
10.000 tons



Numero di prodotti finiti a marchio Alce Nero ottenuti
33



La **filiera del pomodoro** è così costituita:

- **produttori agricoli:** della Cooperativa PRO.PA.R;
- **Apo Conerpo** (Socio): Organizzazione di Produttori di frutta e verdura. Si occupa dell'approvvigionamento di materia prima ed è il garante delle produzioni e qualità del pomodoro;
- **La Cesenate Conserve Alimentari** (Socio): si occupa della lavorazione del pomodoro.



Farro

Il **farro** Alce Nero è coltivato prevalentemente in **terreni collinari** in diverse regioni del Centro Sud Italia, in particolare negli areali preappenninici dell'Emilia-Romagna, vicino al mare in Toscana, nell'entroterra Laziale e nelle murge Pugliesi. Il farro ha la peculiarità di essere una **coltura poco esigente**, in grado di adattarsi più facilmente a terreni poveri o marginali e di essere più tollerante al freddo. Anch'esso, come il grano duro Cappelli, può raggiungere taglie medio alte e quindi competere maggiormente con le erbe infestanti. A differenza del frumento duro, il seme prodotto dalla pianta è ricoperto da glume e glumette che lo definiscono 'vestito'. Post raccolta, infatti, necessita di una lavorazione apposita, la decorticatura, che sveste la granella e la rende idonea alle successive lavorazioni.

Numero di agricoltori

33



Principali regioni di coltivazione

Lazio 9%, Marche 4%
Emilia-Romagna 6%
Toscana + Puglia 15%



Superfici coinvolte

484 HA



Produzione Farro 2021

908 tons



Numero di prodotti finiti a marchio Alce Nero ottenuti

26



Aree svantaggiate* coinvolte

54% delle superfici



Controlli in campo effettuati da Alce Nero

12% aziende agricole



Il farro è utilizzato in numerosi prodotti Alce Nero: dalla **pasta** al **cous-cous**, e ancora per **frollini, gallette, farina in sacchetto, creme e pastine baby food**.

La filiera del farro è costituita dal partner San Donato che gestisce insieme ad Alce Nero i produttori agricoli, decortica e stocca la materia prima. La materia per il frollino viene molita dal Molino Naldoni e trasformata da Gandola. Per la pasta la molitura avviene dal Molino De Vita e trasformata dal Pastificio Felicetti.

Olivo

L'**olivo** è la coltura arborea più coltivata fra i nostri partner agricoli. Il bacino di produzione è concentrato in **Puglia**, nel **Biodistretto delle Lame**, che include i Comuni di Bitonto e Ruvo di Puglia per un'estensione di 40.000 ettari. Qui, circa 4.000 ettari di territorio sono coltivati ad olivo con metodo biologico, altri 1.000 sono attualmente in conversione e 12.000 sono tutelati dal Parco dell'Alta Murgia. Oltre alla Puglia, parte dell'olivo viene coltivata in **Calabria** e **Sicilia**, dove viene coltivata la varietà Biancolilla utilizzata nel nostro olio monocultivar. Le principali varietà utilizzate per l'olio Alce Nero sono Coratina e Ogliarola, due varietà storiche che raccontano l'identità pugliese. Di maestosa presenza, l'olivo (insieme agli alberi da frutto) rappresenta elementi naturali resilienti per eccellenza che, non potendo muoversi, necessariamente devono adattarsi alle più disparate stagioni, testimoniandolo sulla propria corteccia.

Numero di agricoltori

125



Regioni di coltivazione

Puglia 70%
Calabria 25%
Sicilia 5%



Superfici coinvolte

920 HA



Produzione olive 2021-22

4.800 tons



Numero di prodotti finiti a marchio Alce Nero ottenuti

16



Aree svantaggiate* coinvolte

100% delle superfici



Controlli in campo

70 all'anno a rotazione su produttori e frantoi



Numero di alberi coinvolti

130.000



Finoliva Global Service è il Socio che gestisce tramite le proprie strutture associate l'approvvigionamento della materia prima, la lavorazione delle olive a olio, lo stoccaggio e l'etichettatura dell'olio in bottiglia.

* Zone agricole caratterizzate da disparità strutturali e naturali come definite dalla normativa comunitaria.



Frutta per l'industria

La **frutta** Alce Nero proviene da **zone tradizionalmente vocate per gli alberi da frutto**, in particolare dalla **Romagna** e dalla **Toscana** dove si coltivano pere, mele, albicocche, pesche e susine con le quali si ottengono i succhi, i nettari e gli omogeneizzati baby food. Anche gli alberi da frutto biologici necessitano della corretta pratica agronomica, sia nella gestione della fila dove crescono gli alberi che dell'interfila, ovvero la spaziatura presente tra un filare e un altro (normalmente gestita a vegetazione spontanea), che delle potature. A differenza di una coltura erbacea annuale che produce il seme ogni anno, gli alberi da frutto necessitano almeno di 4 anni prima di entrare in produzione. Qualora la gestione agronomica non avvenga correttamente, ed in funzione dell'età dell'albero, si può avere l'alternanza di produzione, ovvero avere un anno di maggiore produzione seguito da un anno di scarica.

Il **pero** rappresenta la **coltura arborea più coltivata**, seguita da **melo, albicocco, pesco e susino**.

Numero di agricoltori
6



Regioni di coltivazione
Emilia-Romagna 84%
Toscana 16%



Superfici coinvolte
274 HA



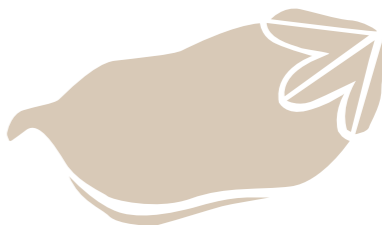
Produzione frutta 2021
2.631 tons



Numero di prodotti finiti a marchio Alce Nero ottenuti
29



Numero di alberi da frutto coinvolti
279.119



Legumi

I **legumi** sono una **coltura fondamentale nell'agricoltura biologica** in quanto naturale fonte di azoto per il terreno, grazie all'azoto-fissazione praticata a livello radicale da alcuni microrganismi specifici. Coltivare un terreno con legumi, significa supportarlo di azoto. I legumi Alce Nero provengono prevalentemente dall'**Umbria**, dalle **Marche** e dalla **Toscana** per quanto riguarda i **ceci**. La **soia** viene coltivata in **Emilia-Romagna** in provincia di Ravenna, i **fagioli cannellini e borlotti** sono coltivati sia in **Emilia-Romagna** che in **Piemonte**. I legumi Alce Nero vengono utilizzati per le produzioni di **legumi in barattolo**, nelle **zuppe in busta** ed infine commercializzati **secchi in sacchetto**. La soia viene utilizzata anche per la produzione della **bevanda vegetale** corrispondente.

Cece

Numero di agricoltori
17



Regioni di coltivazione
Centro Italia 60%
(Toscana, Lazio, Marche, Umbria e Abruzzo).
La restante parte in Piemonte, Emilia-Romagna, Puglia e Basilicata



Fagiolo borlotto

Numero di agricoltori
4



Regioni di coltivazione
Piemonte 50%
Emilia-Romagna 50%



Fagiolo cannellino

Numero di agricoltori
5



Regioni di coltivazione
Piemonte 80%
Emilia-Romagna 20%



Soia

Numero di agricoltori
3



Regioni di coltivazione
Emilia-Romagna 100%



Zucchero di canna integrale

Lo **zucchero di canna integrale** Alce Nero, del tradizionale tipo "panela", è prodotto sia in **Perù** dal Socio **Cooperativa Norandino** che in **Guatemala** da **Ipagua**. La canna da zucchero viene coltivata in Perù ad altitudini elevate, in media a 1570 mslm da numerosissime piccole aziende famigliari con piccoli appezzamenti, in media 1,5 ha. La stagione di produzione della canna da zucchero va da Agosto-Settembre fino alla raccolta a Dicembre-Gennaio. La canna da zucchero è una **cultura pluriennale** il cui fusto viene raccolto ogni anno dai ricacci che ogni anno produce. Il succo viene estratto dai fusti della canna da zucchero e, tramite diversi passaggi di cottura, concentrato fino allo zucchero di canna. La lavorazione della canna da zucchero deve avvenire nel minor tempo possibile dalla raccolta ed è perciò importante che i campi siano vicini ai distretti di lavorazione. In Perù i distretti sono numerosi in quanto ravvicinati ai campi di raccolta.

Perù

Numero di agricoltori
715



Numero di località o distretti
31



Superfici coinvolte
1.110 HA



Guatemala

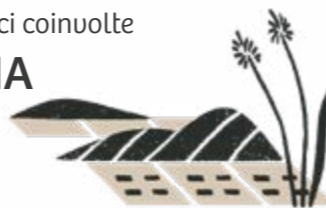
Numero di agricoltori
9



Numero di località o distretti
2



Superfici coinvolte
30 HA



La filiera dello **zucchero Panela** è così costituita:

- **Cooperativa Norandino** (Socio): i piccoli agricoltori Soci di Norandino coltivano la canna e producono lo zucchero che viene omogeneizzato e confezionato nello stabilimento di Piura in Perù;
- **Ipagua**: coltiva la canna e produce lo zucchero in Guatemala, esportandolo già confezionato.

Altre materie prime rilevanti

Riso

Il **riso** è una coltura storicamente importante per l'Italia, che rappresenta uno dei maggiori produttori in Europa. Il nostro riso è coltivato in particolare in **Piemonte** e **Lombardia**, oltre che in **India** per la varietà Basmati. Tra le colture cerealicole è una delle più complesse a livello gestionale ed agronomico. La gestione dell'acqua, sia in termini di sistemazioni del terreno in apposite camere di produzione, che a livello di corrette tempistiche di adacquamento, è perciò onerosa e richiede esperienza ed elevata cura. Il riso Alce Nero è accuratamente selezionato dalla **Riseria Martinotti** e viene utilizzato anche per la trasformazione e produzione della **crema istantanea baby food** e della **bevanda vegetale a base di riso**.

Cacao

L'approvvigionamento del cacao Alce Nero utilizzato per le **tavolette di cioccolato** è gestito direttamente dal Socio **Chocolat Stella**, azienda attiva da quasi un secolo nel mondo del cioccolato. Il cacao viene coltivato prevalentemente dalla **Cooperativa APPTA in Costa Rica**, dal Socio **Cooperativa Norandino in Peru** ed infine dalla **Cooperativa Cocabo a Panama**.

La Cooperativa APPTA è stata fondata nel 1987 a Talamanca ed è costituita da più di 1.000 piccole aziende famigliari che producono prevalentemente cacao, banane e frutta. La Cooperativa Norandino invece è stata fondata nel 2005 ed è costituita da più di 6.000 piccole aziende famigliari che producono prevalentemente cacao, zucchero e caffè ed infine la Cooperativa Cocabo, fondata nel 1952, lavora esclusivamente cacao proveniente da circa 200 piccole aziende famigliari.

Caffè

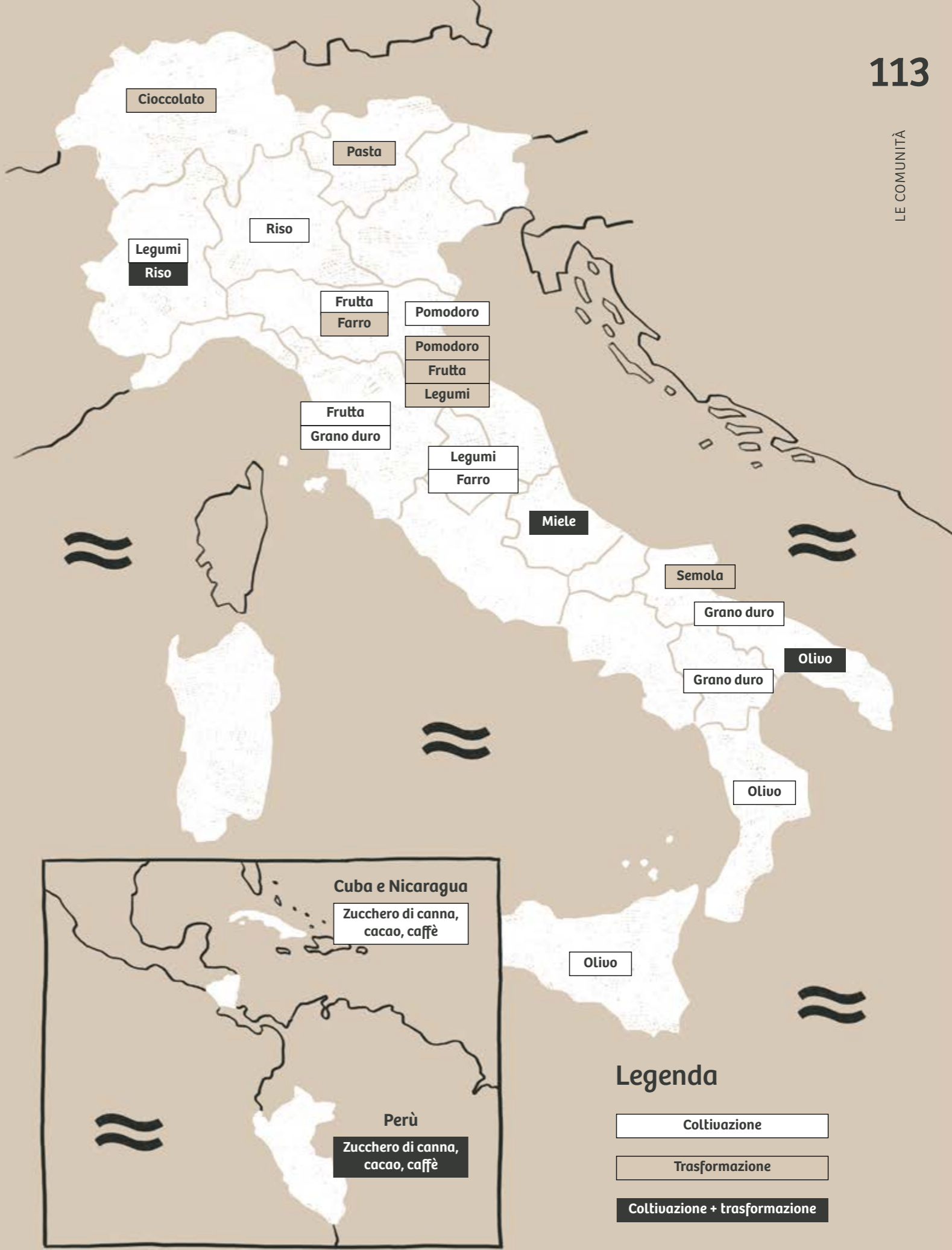
Circa il 50% delle 117 Tons di **caffè verde** importate da Alce Nero nel 2021 proviene dal Socio **Cooperativa Norandino**; si tratta di varietà arabica prodotta nella zona di Piura e Cajamarca. Il restante 50% proviene invece dal Nicaragua.



Luoghi che parlano di Alce Nero

Nell’ecosistema Alce Nero emerge la **Diversità** come una delle caratteristiche delle proprie filiere: si va da colture arboree come l’olivo a colture erbacee come cereali e pomodoro coltivate in vari luoghi d’Italia, da nord a Sud e fino al Sud America, vocati alla loro produzione e molto differenti tra loro in termini di clima, morfologia, cultura e tradizioni. I prodotti Alce Nero sono espressione di luoghi, di tipicità e di tradizioni di un territorio. È l’impegno di Alce Nero alla decommodizzazione.

Prodotto	Principali luoghi di coltivazione	Luoghi di trasformazione
Miele	Abruzzo	Abruzzo
Pomodoro	Ravenna, Ferrara	Cesena
Grano Duro	Puglia, Toscana, Basilicata	Puglia per la semola; Trentino per la pasta
Farro	Centro Italia	Emilia-Romagna
Zucchero di canna, cacao, caffè	Perù, Nicaragua, Cuba	Perù; Svizzera per cioccolato
Frutta (mele, albicocche)	Toscana, Romagna	Cesena
Legumi	Centro Italia, Piemonte	Cesena
Olivo	Puglia, Calabria, Sicilia	Puglia
Riso	Piemonte, Lombardia	Piemonte



Essere una S.p.a. nata con la **forte vocazione di portare sul mercato un marchio che protegga la qualità del cibo e la corretta remunerazione a chi quel cibo lo produce**, porta con sé avere meno risorse nelle attività caratteristiche delle fasi commerciali (vendita, distribuzione e comunicazione) rispetto alle “più classiche S.p.a. commerciali”.

Per questo, ancora oggi per Alce Nero la relazione con i fruitori ha come campo principale l’etichetta: il prodotto è il momento di incontro più frequente che l’azienda ha, solo in seconda battuta arrivano le occasioni di contatto generate dalla più classica pubblicità, dagli eventi, dalla gestione diretta del proprio e-commerce e delle piattaforme social.

Per questo negli ultimi anni, attraverso una visione digitale sempre più omni-canale, Alce Nero cerca di instaurare un **dialogo diretto e sempre più personalizzato con i propri fruitori**, attraverso lo sviluppo di un **rinnovato eco-sistema digitale** capace di mettere il fruitore al centro di un’unica esperienza che integra e-commerce, racconto di marca e racconto di prodotto.

La scelta, quindi di **portare in etichetta più informazioni possibili** sul metodo di coltivazione e di lavorazione, sul territorio, sulla tipologia di materia prima, segna quello che per Alce Nero è fondamentale come messaggio di scambio con chi la sceglie: raccontare la storia del prodotto, l’impegno e le Persone che ci sono dietro, per costruire una maggiore consapevolezza del cibo attraverso il quale ci si nutre.

Per questo, Alce Nero è tra i primi marchi ad aver sposato il progetto “Etichette Narranti” lanciate nel 2013 da Slow Food, con l’obiettivo di fornire al fruitore approfondimenti sui territori di provenienza, sulle varietà delle materie prime, sulle tecniche di coltivazione, lavorazione, conservazione e consumo.

Il secondo pilastro della relazione con i fruitori è il **binomio “prodotto – contenuti”**: attraverso diversi canali, tra cui spiccano i social media, gli eventi e il sito, Alce Nero promuove informazioni ed attività con lo scopo primario di divulgare raccomandazioni per una corretta nutrizione, di promuovere e sostenere i territori di provenienza delle materie prime e di supportare i progetti del tessuto sociale dove l’azienda opera.

La forte volontà di relazione con il fruitore è testimoniata anche dal progetto dei **punti vendita monomarca** che ha come obiettivo principale quello di promuovere sul territorio una cultura del cibo vero attento alla salute delle Persone e del Pianeta, attraverso una **relazione quotidiana tra il fruitore e l’azienda**.



All’interno dei negozi monomarca viene disposta non solo un’offerta completa di tutti i prodotti Alce Nero, ma si favorisce anche lo sviluppo locale integrando la presenza di fornitori vicini.

Ad oggi sono in fase di sperimentazione a **San Lazzaro di Savena** e a **Imola**.

Piano Editoriale Social Media

Attraverso il piano editoriale social, oltre a raccontare il marchio e i prodotti, da sempre Alce Nero cerca di comunicare i propri **valori**, le **Persone** e fare **attività di divulgazione**.

In particolare, per poter avere sempre informazioni utili, attendibili ed aggiornate, da anni l’azienda lavora con consulenti esperti in **nutrizione, cucina, pedagogia e sostenibilità** per approfondire temi correlati e vicini alla propria mission e ritenuti di interesse per i propri fruitori. Contenuti che primariamente vivono sul blog FattidiBio, per essere poi veicolati attraverso i relativi profili Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn.

È attraverso i social che Alce Nero ha inoltre costruito un **dialogo quotidiano con i propri utenti**, oltre che mantenere una comunicazione fluida con tutti i partner di progetto: dalle Fondazioni alle Onlus, dalle Associazioni ai Media di informazione stessi.

Questi mezzi consentono inoltre all’azienda di **portare le Persone in campo** nei momenti più importanti dell’anno per i vari raccolti, di mostrare loro il biologico, le filiere e le Persone che rendono unico l’ecosistema Alce Nero.



17
Omogeneizzati



2
Succhi di frutta



6
Puree di frutta
in doypack



1
Frollino



3
Crema di cereali



1
Pappa pronta



3
Pastine



1
Olio extra
vergine di oliva*



2
Sugheretti



1
Camomilla*

La **linea di prodotti baby food** è sviluppata in conformità alla normativa vigente che disciplina la formulazione di prodotti destinati all'infanzia (D.P.R. 128 del 7 aprile 1999, Direttiva 2006/125, Regolamento 609/2013, e direttive 96/5/CE e 98/36/CE sugli alimenti a base di cereali e altri alimenti destinati a lattanti e a bambini).

I prodotti baby food sono ricettati tenendo conto delle linee guida che costituiscono il pre-requisito allo sviluppo di ogni nuova referenza Alce Nero: niente aromi e nessun additivo, se non quelli espressamente richiesti dalla normativa o comunque necessari a garantire la sicurezza dell'alimento che li contiene e la sua durata nel tempo.

Le caratteristiche dell'offerta baby

- **100% materie prime italiane¹⁵ e bio.**
- **Con cereali delle filiere Alce Nero.** I frollini, la crema di farro ed il semolino di grano duro Cappelli, le stelline di farro ed i corallini di grano duro Cappelli sono tutti prodotti utilizzando cereali della filiera Alce Nero.
- **Con frutta delle filiere Alce Nero.**
- **Senza niente di troppo.** Tra i prodotti presenti in gamma alcuni, che comunemente contengono glutine, ne sono privi: è il caso ad esempio della pappa pronta con riso e verdure. Allo stesso modo, tutti gli omogeneizzati, anche quelli di carne, non contengono olio o grassi diversi da quelli naturalmente presenti nelle materie prime. Infine, le puree di frutta non contengono succo di frutta, bensì soltanto frutta frullata cui non sono aggiunti zuccheri.

Che si tratti di un omogeneizzato, una pastina o un frollino, tutte le referenze sopramenzionate sono state studiate partendo dal concetto fondamentale che guida ogni sviluppo Alce Nero: **la ricetta deve essere il più possibile "pulita"**, costituita prevalentemente da **materie prime di origine vegetale**, con l'obiettivo di ridurre quanto più possibile l'impatto ambientale generato dalla coltivazione e trasformazione delle materie prime stesse. Tutti gli **ingredienti** utilizzati devono essere **trasformati il meno possibile**, secondo il criterio di "minima lavorazione": ciò significa che la materia prima deve subire il **minor quantitativo possibile di trattamenti chimico/fisico-meccanici**, sempre nella tutela e garanzia della sicurezza alimentare che ne è prerequisito. Di conseguenza, la gamma baby food auspica ad una densità nutritiva il più elevata possibile, ed alla minima lavorazione applicabile.

* Prodotti non classificabili come alimenti per l'infanzia in base alla normativa vigente.

¹⁵ Ad eccezione della banana certificata Fairtrade.

Partnership di valore



3.4

Lavorare nella produzione di cibo ha diverse implicazioni rispetto alla Comunità: incide sulla salubrità dell'ambiente e sulla protezione delle risorse naturali, sulla fertilità della terra, sul tipo di economia che si sviluppa in quella zona e, non da ultimo, sulla salute delle Persone che se ne nutriranno.

“Fare cibo per gli altri” significa avere in mente che ogni passaggio del ciclo produttivo provoca un impatto sulle dimensioni ambientale, economica e sociale che quelle Persone vivranno; si può fare cibo, o qualunque altra produzione, estraendo ricchezza nelle fasi o preservandola, contribuendo a costruirla e restituirla.

Sicuramente, nel caso di Alce Nero, il principale impatto sulla Comunità è determinato dal tipo di agricoltura che l'azienda sceglie di utilizzare ma che non può essere svincolato dall'**impegno di contribuire a costruire occasioni di divulgazione e sensibilizzazione rispetto al cibo e la sua storia**, mostrando le implicazioni che la scelta di un cibo crea, promuovendo conoscenza attorno alle tematiche dell'agricoltura biologica e del legame che le scelte alimentari hanno con il nostro benessere.

Per questo negli anni l'azienda ha attivato numerose **collaborazioni con Persone e realtà impegnate** soprattutto **nei settori della sostenibilità, della salute, della cultura e nella promozione di stili di vita positivi**. L'importo complessivamente investito in tali progetti, nel 2021, è pari a 270.000 Euro.

In questo report, di anno in anno, ci si soffermerà sui progetti più significativi realizzati.

Le relazioni di Alce Nero

Ci sono quelle con **soggetti più istituzionali** con i quali realizzare advocacy mirata a stimolare progetti e concetti che aiutino a mostrare l'interdipendenza tra i diversi aspetti della sostenibilità quali Legambiente, Consorzio il Biologico, Assobio, Fairtrade, Slow Food, Opta; a promuovere questa consapevolezza con **soggetti impegnati nel mondo della cultura** come il Festival di Internazionale, KUM Festival, Resilienze Festival e **quelli più dedicati all'economia circolare** come Premio Spreco Zero e Non Sprecare.

Il **legame con la comunità locale** passa anche attraverso la restituzione di valore e progettualità con gli attori culturali come Università e Fondazioni che attivano progetti per



119

LE COMUNITÀ

i più piccoli (come Fondazione Golinelli e Teatro Testoni per i territori emiliani), Cineteca di Bologna, il mondo sportivo (con squadre giovanili e associazioni anche nazionali come UISP, Eroica e ONLUS che lavorano attraverso lo sport come Komen e Maratona Alzheimer).

A questo si aggiunge la relazione e il sostegno a **soggetti impegnati nella protezione della salute** come Fondazione Umberto Veronesi e la Fondazione Policlinico Sant'Orsola Onlus di Bologna con i quali Alce Nero ha sviluppato iniziative di divulgazione di un corretto stile alimentare per il grande pubblico, come per il progetto Alimenti Buoni con Fondazione Umberto Veronesi o per categorie fragili come il progetto La Buona Cucina con Fondazione Sant'Orsola.

Casa Emilia – Fondazione Policlinico Sant'Orsola Onlus

Casa Emilia è la nuova struttura di *Fondazione Sant'Orsola* per accogliere pazienti che arrivano da fuori regione, insieme ai propri cari, per essere curati al Policlinico. Dieci appartamenti e degli spazi comuni nei quali le Persone possono conoscersi e stare insieme, e una grande terrazza con piante e un piccolo orto a disposizione di tutti gli ospiti.

In questo spazio Alce Nero ha portato il **proprio cibo a disposizione nelle dispense** degli appartamenti e organizzato dei **corsi di nutrizione che promuovessero una cucina semplice e gustosa**, ispirata alla dieta mediterranea e tesa a valorizzare i principi nutrizionali di ingredienti biologici come pasta, cereali, riso, legumi, pomodoro e olio extra vergine di oliva, e di come queste preparazioni possano diventare di aiuto in una fase della vita molto fragile.

In particolare, sono state coinvolte due Persone con le quali l'azienda collabora da tempo: la **Dott.ssa Renata Alleva**, Nutrizionista e Specialista in Scienze dell'alimentazione, e lo **Chef Simone Salvini** per costruire dei percorsi dedicati agli ospiti e ai loro familiari che presto si sono trasformati in occasioni di conoscenza, di convivialità, crescita e condivisione.

“Alla fine di questa esperienza abbiamo più ricevuto che dato, come spesso accade. Attorno al tavolo dove ci siamo trovati sono nate confidenze, hanno trovato posto i racconti e le storie delle Persone, le paure e le risate.

Tanti di noi hanno una persona che amano affidata alle cure del Policlinico, tanti di noi quindi vivono un senso di impotenza e sopraffazione rispetto al contributo che vorrebbero dare e non possono; aver potuto pensare e realizzare un progetto di questo tipo è stato un privilegio e un'occasione unica. Non saprei dire se a livello di “rendicontazione da bilancio”

Area di intervento: Salute e benessere



Area di intervento: Cultura e Charity

il numero delle Persone coinvolte sia un dato significativo, che nel report sia “utile” far emergere (anzi, mi rispondo: no) ma quello che so è che per noi essere stati attorno a quel tavolo è stato estremamente significativo. Ringrazio Stefano, Primavera, Elisabetta e tutti i volontari della Fondazione perché hanno immaginato e voluto un luogo di Vita e ci hanno permesso di farne parte.”

Chiara Marzaduri, Responsabile Comunicazione

I progetti con Antoniano di Bologna

La **collaborazione tra Antoniano e Alce Nero nasce nel 2015** allo scopo di migliorare la qualità dei pasti serviti alla mensa di Padre Ernesto e favorire il benessere degli ospiti.

Tutto è iniziato con la realizzazione di un **orto**, curato dagli ospiti di Antoniano, per l’auto-produzione di verdure destinate ai pasti delle Persone indigenti accolte dalla struttura; in seguito è stata attivata una **Scuola del Pane e di Cucina**, grazie anche alla collaborazione con Chef, Panettieri e Pasticceri, tra cui lo Chef di cucina vegetale Simone Salvini. Tale attività, oltre alla raccolta fondi, ha determinato la professionalizzazione di uno degli ospiti di Antoniano, poi regolarmente assunto per la quotidiana produzione del pane all’interno delle cucine.

Non solo, negli anni Alce Nero ha risposto a chiamate quali il **Fondo di Emergenza** attivato da Antoniano per fronteggiare l’aumento delle richieste di aiuto e donato prodotti alimentari alle famiglie in difficoltà, nel 2021 ha partecipato attraverso una donazione alle attività di **Ristrutturazione della sede** e si è attivato per la creazione e promozione di **Progettualità natalizie finalizzate alla raccolta fondi** per garantire pasti agli ospiti indigenti della mensa di Padre Ernesto.

Quella tra Antoniano e Alce Nero è una collaborazione che nasce dalla **condivisione di valori comuni** e dalla volontà del marchio di tessere delle relazioni durature, utili e significative sul territorio e per le comunità che lo abitano.

Antoniano di Bologna

Antoniano nasce a Bologna nel secondo dopoguerra dalla volontà di un frate francescano: nel 1954 Padre Ernesto Caroli posa il primo mattone di una mensa per sfamare i tanti disperati che affollano la città. Ma il suo è un sogno più grande: sa che il pane non basta, serve speranza, serve sollievo per l’anima, quel sollievo che a volte, durante la guerra, ha visto nascere grazie alla musica. Insieme alla mensa nasce un cinema- teatro, una scuola corale per bambini e pochi anni dopo lo Zecchino d’Oro entra nelle case di tutta Italia. Fin dalla sua fondazione Antoniano realizza attività sociali di sostegno a Persone che vivono in povertà ed emarginazione e a bambini con disabilità (garantite attraverso la raccolta fondi da privati, aziende e fondazioni); attività di produzione culturale, musicale e televisiva (i cui proventi sostengono in parte le attività sociali).

La pubblicazione con ISDE

Insieme ad **ISDE**, Associazione Medici per l’Ambiente, Alce Nero ha promosso la pubblicazione **“Ambiente , Cambiamenti Climatici, Agricoltura e Alimentazione”**.

Un testo, a carattere divulgativo, a cura di Roberto Romizi (Presidente Associazione Medici per l’Ambiente - ISDE Italia), Fabio Taffetani (Professore Ordinario di Botanica Università Politecnica delle Marche), Patrizia Gentilini (Giunta Esecutiva Nazionale ISDE), Gianna Ferretti (Professore Associato in Biochimica e Direttore Centro di Ricerca e Servizio di Educazione Sanitaria e Promozione della Salute, Facoltà di Medicina, Università Politecnica delle Marche), Stefania Grando e Salvatore Ceccarelli (Genetisti/Plant breeders, Consulenti), Renata Alleua (Ph.D, Specialista in Scienza dell’Alimentazione, Comitato Scientifico ISDE).

La pubblicazione affronta i temi della sostenibilità, dell’incidenza delle pratiche agricole, del sistema mondiale di produzione del cibo e del cambiamento climatico osservandone le incidenze sulla salute delle Persone e del Pianeta.

Insieme a Fondazione Golinelli per la divulgazione

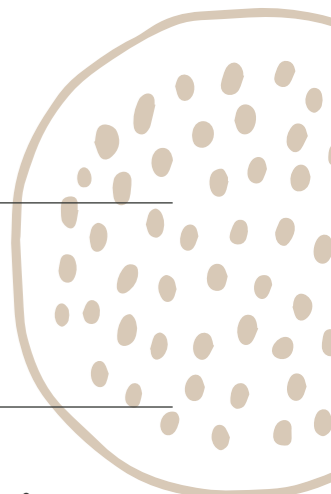
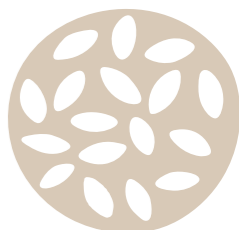
Alce Nero ha tra le proprie partnership di valore anche quella con **Fondazione Golinelli di Bologna**. Da diversi anni, in particolare, promuove l’iniziativa a carattere divulgativo **“La scienza in tavola”** in occasione della *Giornata Mondiale dell’Alimentazione* indetta dalla FAO: una settimana di approfondimenti dedicati alla promozione di una cultura del cibo consapevole e dei temi dell’alimentazione diretta alle Scuole del Territorio, e un incontro per famiglie, docenti, studenti e singoli utenti interessati sui temi della nutrizione.

Nel 2021 l’evento **“Direzione salute: buone pratiche per noi e per il Pianeta”** ha visto la partecipazione di Renata Alleua, Nutrizionista e Specialista in Scienze dell’Alimentazione e Fiorella Belpoggi, Direttrice Scientifica del Centro di Ricerca sul Cancro dell’Istituto Ramazzini di Bologna. Un incontro moderato da Raffaella Spagnuolo, Responsabile scientifico Laboratori e Program Manager Didattica 14-18 Fondazione Golinelli.

La parte relativa al coinvolgimento delle scuole ha raggiunto nel 2021, inoltre, numeri significativi quali: la partecipazione di 20 educatori corsisti per l’infanzia, 599 studenti della Scuole Primaria (29 classi), 75 studenti della Scuola Secondaria di I grado (4 classi) e 197 studenti della Scuola Secondaria di II grado (9 classi), nonostante le ancora vigenti restrizioni Covid-19.

Dal 2017 al 2021 l’iniziativa La Scienza in tavola ha raggiunto:

93 scuole	173 classi	3741 studenti e studentesse
306 insegnanti e accompagnatori	76 insegnanti	883 utenti generici

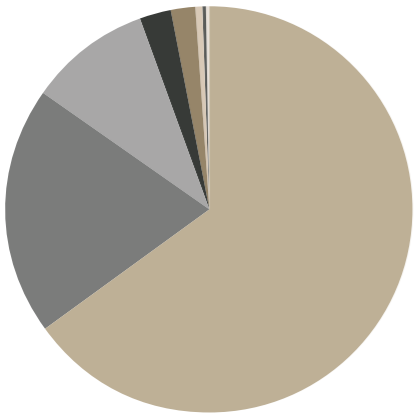


Clienti e canali

3.5

Con l’obiettivo di diffondere al massimo l’idea di **cibo trasformativo**, Alce Nero si impegna a **distribuire i propri prodotti in canali diversi** per raggiungere quanti più fruitori possibile.

Ripartizione fatturato Alce Nero 2021 per canali di vendita



Canale di vendita	Fatturato in Euro	Quota% Fatturato
GDO	46.202.881	65%
Export	14.154.453	19,9%
Specializzato	6.852.669	9,6%
Farmacie e Baby Shop	1.705.004	2,4%
E-commerce	1.465.732	2,1%
Food Service	380.257	0,5%
Altro	203.175	0,3%
Vendite Dirette	86.182	0,1%
Totale Alce Nero	71.050.353	100%

Il canale più importante è la **Grande Distribuzione Organizzata (GDO)** che registra una crescita del +1.4% sul 2020. Alce Nero è presente in tutte le insegne più importanti tra cui Coop, Conad, Selex, Vegè ed Esselunga.

È importante segnalare come, nel 2021, Alce Nero S.p.a. sia riuscito, in un periodo di grande affollamento a scaffale, ad inserire importanti e nuove categorie di prodotti all’interno dei principali clienti. Per citare alcuni esempi, nel mese di giugno sono stati inseriti presso il cliente Esselunga i legumi lessati che, al 31/12/2021, hanno fatturato 247.500€. Un ulteriore esempio è l’inserimento all’interno della Cooperativa Conad Nord Ovest della Pasta di grano duro Cappelli (a novembre 2021) che ha permesso ad Alce Nero di essere presente in uno scaffale (quello della pasta) fino a quel momento non presidiato.

I **Canali Diretti**, in particolare l’e-commerce, in quanto i punti vendita monomarca rappresentano ancora un fatturato marginale, hanno triplicato i volumi negli ultimi 3 anni arrivando a pesare più del 2% delle vendite. Il 2021 ha registrato un incremento positivo del 2% rispondendo positivamente alla forte domanda del periodo pandemico del 2020.



Il **Canale Farmacie e Baby Shop**, col quale Alce Nero ha fatturato 1,7 Mio € nel 2021, permette di distribuire il prodotto in tutte le catene di negozi per bambini, nei punti vendita indipendenti e in molte Farmacie, per un totale di oltre 500 punti vendita in tutta Italia.

Qui il fruitore trova un’ampia scelta di prodotti baby food a marchio Alce Nero e, in particolare, di omogeneizzati.

A questo proposito, nel 2021 Alce Nero ha sviluppato un’attività di promozione inserendo in oltre 140 punti vendita circa 400 espositori brandizzati e monomarca contenenti diverse referenze di omogeneizzati (4 per espositore) raggiungendo in tal modo nuove famiglie di fruitori.

Nel 2021 il **Dettaglio Specializzato** ha fatturato 6,85 Mio €. Questo canale permette ad Alce Nero di commercializzare una notevole quantità di referenze, facendo conoscere al consumatore tutti quei prodotti, talvolta di nicchia, che non si trovano all’interno dei supermercati delle catene GDO.

Nel 2021, ad esempio, Alce Nero ha sviluppato una proficua collaborazione col distributore Ki Group S.p.a. (295.000 € di fatturato nel 2021), che serve punti vendita specializzati biologici al dettaglio in tutta Italia, il quale acquista e rivende ben 177 referenze Alce Nero S.p.a. e 10 referenze di Alce Nero Fresco S.p.a.

L’export

Il **canale export** per Alce Nero pesa complessivamente il 20% del valore di vendita. Tra i Paesi clienti strategici c’è il Giappone che Alce Nero serve attraverso la partnership con Alce Nero Asia.

Cluster	Fatturato in Euro	Numero Paesi Serviti
Giappone	6.521.066	
Totale Alce Nero Asia	8.049.970	8
Altri Paesi	6.104.483	45
Totale Export Alce Nero	14.154.453	53



Nel corso del 2021 il numero di referenze esportate in Giappone è pari a 117 tra cui le più significative sono le seguenti:

Categoria di prodotto Alce Nero	Quota % Fatturato Giappone
Pasta	23%
Olio extra vergine di oliva	42%
Sughi pronti di pomodoro	7%
Passate e polpe di pomodoro	8%
Aceti	7%
Pasta Gluten Free	10%
Dado Vegetale	1%
Pesti e patè	1%
Frollini	0,3%
Pomodori pelati	0,2%
Composte di frutta	0,2%
Tavolette di Cioccolato	0,3%

Alce Nero Asia: una partnership vincente

Denis Group, le cui origini risalgono all’anno 1862, è un gruppo di Imprese ancora oggi controllate dagli eredi del fondatore, il francese Etienne Denis. Fin d’allora le attività imprenditoriali della famiglia Denis si concentrarono nel Sud Est Asiatico, e ancora oggi le principali attività del Gruppo – concentrate nel settore del Food – sono localizzate in Estremo Oriente. È la convinzione che proporre cibi sempre più sicuri, sani e rispettosi dell’ambiente sia una necessità imprescindibile che ha portato il Gruppo Denis a stringere una solida partnership con Alce Nero.

Alce Nero e Gruppo Denis hanno costituito nel 2006, con quote paritetiche, una Joint Venture – **Alce Nero Asia Ltd** – che dalla sede di Singapore coordina le strategie di sviluppo del marchio Alce Nero in tutto il Far East (Cina e Giappone compresi).

Le regole che governano questa Joint Venture sono semplici e chiare: Alce Nero S.p.a. produce in Italia e Alce Nero Asia Ltd, attraverso le società operative e commerciali del Gruppo Denis presenti in quasi tutti i paesi del Far East, li importa, li promuove e li vende in loco.

Grazie a questa collaborazione, il marchio Alce Nero non solo è leader indiscusso del mercato del biologico in queste aree, ma è anche uno dei marchi italiani di cibo - biologico e non - più distribuiti e visibili del retail estremo orientale. Il Giappone, in particolare, è il Paese, dopo l’Italia, in cui Alce Nero ha raggiunto i migliori risultati sia in termini di vendite, sia di notorietà.



Alce Nero da più di 40 anni si impegna per dare dignità e valore al lavoro e alla vita nelle sue varie forme. Fin dal principio l'azienda si è distinta per perseguire, tra gli obiettivi strategici, la salute e la sicurezza dei lavoratori lungo tutta la filiera, il loro sostentamento e benessere psico-fisico, a partire dalla protezione dagli agenti chimici normalmente utilizzati in agricoltura. Il biologico, come scelta totalizzante, ha sancito fin da subito gli elementi culturali alla base dell'impresa, valori permeati profondamente nella gestione aziendale e che nel tempo continuano ad essere di riferimento alle politiche e alle relazioni interne ed esterne.

I collaboratori e le collaboratrici di Alce Nero sono la fonte del successo dell'impresa, rappresentano concretamente i valori di riferimento e, attraverso le loro competenze personali e professionali, raggiungono gli obiettivi di business. Alce Nero è un'azienda in cui non è importante solo "cosa" viene fatto, ma anche "come" e soprattutto "perché". Tutto questo portato valoriale risiede nelle Persone, le anima, le unisce.

Le Persone di Alce Nero sono guidate da solidi valori e dotate di capacità di relazione, creatività, competenze organizzative e l'azienda ha cura di organizzare un contesto di lavoro in cui siano valorizzati questi talenti e tutte le diversità che ciascuno e ciascuna porta in dote. Genere, generazione, orientamento sessuale, credenze religiose, provenienza geografica, abilità e inabilità, non sono variabili che hanno impatto sulle politiche di Alce Nero, non l'hanno mai avuto. Per testimoniare questa impostazione l'azienda nel 2022 andrà a dotarsi di linee guida e Politiche scritte di gestione delle Persone, a partire dai contenuti condivisi e sottoscritti con le Organizzazioni Sindacali nei vari anni di concertazione ed evoluzione, e con uno sguardo sempre rivolto al futuro e all'evoluzione sociale.

"Siamo Alce Nero": un programma per il benessere delle Persone

Nel 2021, al ritorno da lunghi mesi di home working, l'azienda ha presto avuto chiaro che molti equilibri si fossero alterati. A seguito di interviste ai dipendenti, è emersa la necessità, e la conseguente volontà, di soddisfare alcuni bisogni che negli ultimi tempi erano rimasti compressi e in secondo piano: il **bisogno di riconoscimento**, di **senso di utilità e appartenenza**, di **crescita personale e professionale**, di **agilità e flessibilità strutturate**.

In Alce Nero, in partnership con Erika Sartori (Counselor professionista), è stato avviato **Siamo Alce Nero** un programma di laboratori creativi volti all'individuazione di attività di welfare e benessere aziendale. Hanno partecipato con entusiasmo ai laboratori il **30% dei dipendenti** in modo volontario, prendendosi la responsabilità e la soddisfazione di fare i portavoce.

I laboratori creativi sono stati guidati attraverso la **pratica della co-progettazione** portando alla generazione di proposte concrete e realizzabili da presentare e votare durante una festa all'aperto partecipata da tutta l'azienda. Il confronto ha seguito strade innovative, portando naturalmente alla collaborazione transfunzionale: ognuno dei partecipanti ha avuto a disposizione 6 ore (3 incontri da 2 ore) per confrontarsi e progettare con colleghi di diverse funzioni. Hanno lasciato da parte la sfera cognitiva, attivando l'intuizione attraverso l'utilizzo di carte creative, mappe mentali, scrittura automatica e fantasie guidate.

Sono emerse così alcune delle attività che animeranno i prossimi due anni di lavoro dedicati alle Persone: **viaggi aziendali** per conoscere Soci e territori di Alce Nero, uno spazio di convivialità e incontro interno all'azienda, **occasioni di scambio e facilitazione tra reparti, team building, sportello di ascolto, percorsi di crescita professionale e personale**.

Siamo Alce Nero ha facilitato la comunicazione, riattivato le relazioni, stimolato il contatto con sé stessi, **messo la Persona al centro**. Tutti elementi che si sono dimostrati alla base del successo dei processi aziendali.

Dipendenti per genere e tipologia di contratto

FY 2020

Uomo	Donna	Totale
Numero di dipendenti		
39	40	79
Numero di dipendenti a tempo indeterminato		
36	37	73
Numero di dipendenti a tempo determinato		
2	-	2
Apprendisti		
1	3	4
Numero di dipendenti full-time		
36	39	75
Numero di dipendenti part-time		
3	1	4

FY 2021

Uomo	Donna	Totale
Numero di dipendenti		
43	54	97
Numero di dipendenti a tempo indeterminato		
40	40	80
Numero di dipendenti a tempo determinato		
1	9	10
Apprendisti		
2	5	7
Numero di dipendenti full-time		
39	51	90
Numero di dipendenti part-time		
4	3	7

Il **numero totale dei dipendenti di Alce Nero** nel 2021 è pari a **97 Persone**, tutte operative in Emilia-Romagna. Rispetto alle 79 Persone presenti nel 2020 il **personale è cresciuto del 22,8%**. Nel calcolo del numero totale di dipendenti sono stati considerati i dipendenti a tempo indeterminato, determinato e gli apprendisti, mentre sono state escluse le Persone con contratto di somministrazione e gli stagisti, in quanto non strettamente classificabili come dipendenti. Nel 2020, in particolare, erano presenti 2 Persone con contratto di somministrazione, un uomo e una donna, mentre nel 2021, una sola donna. Allo stesso modo, anche gli stagisti sono diminuiti di una unità dal 2020 al 2021, passando da 2 (un uomo e una donna) a un uomo nel 2021.

Per quanto riguarda i **lavoratori esterni** è in essere un appalto per l'area e-commerce per la preparazione degli ordini, in questo caso i numeri sono variabili a seconda delle necessità. Inoltre, è presente un collaboratore interno alla Direzione Acquisti.

Entrando nel dettaglio del forte aumento dell’organico di Alce Nero tra il 2020 e il 2021, si riporta di seguito un prospetto dei **nuovi assunti e dimessi**.

FY 2020	Donne				Uomini				Totale
	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale donne	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale uomini	
Numero dipendenti	5	28	6	39	8	27	5	40	79
Numero nuovi assunti	2	-	-	2	2	3	3	8	10
Numero dimessi	-	6	-	6	1	3	1	5	11
Tasso di nuovi assunti	40%	0%	0%	5%	25%	11%	60%	20%	13%
Tasso di turnover	0%	21%	0%	15%	13%	11%	20%	13%	14%

FY 2021	Donne				Uomini				Totale
	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale donne	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale uomini	
Numero dipendenti	10	37	7	54	4	31	8	43	97
Numero nuovi assunti	7	11	-	18	1	7	1	9	27
Numero dimessi	1	1	-	2	-	1	-	1	3
Tasso di nuovi assunti	70%	30%	0%	33%	25%	23%	13%	21%	28%
Tasso di turnover	10%	3%	0%	4%	0%	3%	0%	2%	3%

Dipendenti assunti e dimessi per genere ed età

Nel 2021 sono entrati a far parte dell’organico di Alce Nero **27 nuovi dipendenti**, di cui **18 donne** e **9 uomini**, mentre il numero di dipendenti usciti al 31 dicembre risulta pari a 3. I tassi di assunzione suddivisi per genere e fasce d’età mostrano che il 70% delle donne appartenenti alla fascia d’età inferiore a 30 anni sia stato assunto nell’arco del 2021.

Allo stesso modo, anche per gli uomini la maggior parte delle assunzioni, in percentuale, si è registrata nella fascia di età inferiore a 30 anni. Il **tasso di nuovi assunti totale**, calcolato come il rapporto tra il numero di nuovi assunti e il numero di dipendenti, risulta in aumento rispetto al 2020, passando dal 13% al 28%.

Per quanto riguarda il **tasso di turnover**, calcolato come il rapporto tra il numero di dimessi e il numero di dipendenti, il dato più elevato risulta essere quello relativo alle donne rientranti nella fascia d'età inferiore a 30 anni che è pari al 10%. In generale, il tasso di turnover sul totale delle donne è diminuito dal 15% nel 2020 all'4% nel 2021. Allo stesso modo anche il tasso relativo agli uomini è diminuito da 13% al 2% nel 2021. Negli anni 2020 e 2021 non si è verificato nessun pensionamento e le dimissioni sono state tutte volontarie, per questo motivo non sono stati erogati programmi di assistenza alla transizione.

Entrando nello specifico della composizione dell'organico di Alce Nero, la categoria professionale che comprende il maggior numero di Persone è quella degli **impiegati** che nel 2021 ha subito un aumento di 13 unità rispetto al 2020. Per quanto riguarda la fascia di età, il 69% delle Persone ha un'età compresa tra 30 e 50 anni, percentuale in aumento rispetto al 2020 (65%). Si è verificata, invece, una lieve diminuzione, dal 15% al 14%, delle Persone con meno di 30 anni e delle Persone con più di 50 anni (dal 20% al 16%). La suddivisione tra uomini e donne presenta una **prevalenza della componente femminile nel 2021** (56%), in aumento rispetto al 2020, quando la percentuale di donne presenti in azienda era pari al 49%. Di seguito viene riportata la suddivisione del numero di dipendenti per figura professionale, genere e fascia di età.

Dipendenti per genere, fascia di età e categoria professionale

Dipendenti per figura professionale e fascia d'età	FY 2020				FY 2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	3	1	4	-	2	2	4
Quadri	-	9	4	13	-	7	3	10
Impiegati	6	28	9	43	8	39	9	56
Operai	6	11	2	19	6	19	2	27
Totale	12	51	16	79	14	67	16	97
Percentuale	15%	65%	20%	100%	14%	69%	16%	100%

Dipendenti per figura professionale e genere	FY 2020			FY 2021		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	4	4	-	4	4
Quadri	5	8	13	5	5	10
Impiegati	33	10	43	42	14	56
Operai	1	18	19	7	20	27
Totale	39	40	79	54	43	97
Percentuale	49%	51%	100%	56%	44%	100%

Nel 2020 e nel 2021 tra i senior manager, ovvero le Persone appartenenti alla classe dirigente, il 100% è stato assunto dalla comunità locale, considerando tale zona come la regione Emilia-Romagna.

Per l'anno 2021 è stato inoltre calcolato il rapporto dello stipendio base e della retribuzione delle donne rispetto agli uomini per le categorie professionali di quadri, impiegati e operai, in quanto nell'anno di riferimento non sono presenti dirigenti donne. Con stipendio base si intende l'importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni che gli sono state assegnate, escludendo qualsiasi remunerazione aggiuntiva, mentre con il termine retribuzione si fa riferimento allo stipendio base più gli importi aggiuntivi corrisposti a un lavoratore. Si riportano di seguito i valori suddivisi per categoria professionale:

Rapporto di base salariale e remunerazione tra donne e uomini

Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini - FY 2021	
Quadri	0,78
Impiegati	1,09
Operai	0,83
Rapporto della retribuzione delle donne rispetto agli uomini - FY 2021	
Quadri	0,76
Impiegati	0,92
Operai	0,70



All'interno del totale dell'organico di Alce Nero sono presenti anche 6 Persone appartenenti a categorie protette, in aumento di una unità rispetto al 2020. Delle 6 Persone appartenenti a queste categorie il 67% è costituito da donne (80% nel 2020), mentre il 33% da uomini (20% nel 2020). Una persona è inquadrata sotto la figura professionale di quadro, mentre 5 risultano essere impiegati, tendenzialmente in linea con il 2020 quando risultavano rispettivamente 1 e 4.

Altre iniziative a favore dei collaboratori interni

Alce Nero, fin da subito, si è organizzata con una squadra leggera ed elastica che rendeva "naturale" un approccio flessibile alle attività e responsabilità. Negli anni il numero di addetti è molto cresciuto sfiorando le 100 unità, e richiedendo un assetto organizzativo un po' più strutturato.

In azienda, sia per il 2020 che per il 2021, è stato applicato il **CCNL per i dipendenti del settore Terziario Distribuzione e Servizi** per il 100% dei collaboratori e delle collaboratrici inquadrati come operai, impiegati e quadri. I dirigenti godono invece storicamente della contrattazione collettiva dei Dirigenti Cooperativi. Ai dipendenti a tempo indeterminato, sia full time che part time è riconosciuta una copertura sanitaria, in applicazione del Ccnl sopracitato. I servizi di assistenza sanitaria, previsti dal CCNL, in fase di assunzione vengono illustrati per l'utilizzo: in particolare le prestazioni che riguardano la prevenzione. Per i 4 dirigenti, inoltre, è prevista una copertura per invalidità e disabilità e un'assicurazione sulla vita. Già dal 2007 Alce Nero si è dotata di un **Contratto Integrativo Aziendale siglato con le rappresentanze sindacali**. Il documento ha l'obiettivo di migliorare le condizioni normative, il CCNL e il diritto del lavoro, ed agisce sulla flessibilità oraria, sulla maturazione di permessi, sulla maggior copertura in caso di malattia e maternità, sulla concessione di permessi retribuiti e aspettative non retribuite nei momenti di maggiore bisogno a livello personale e familiare, sulla facilitazione all'accesso al proprio TFR versato in azienda. Il dipendente Alce Nero ha inoltre la possibilità di acquistare i prodotti a marchio con uno sconto importante, l'azienda punta molto al fatto che **i lavoratori siano i primi ambasciatori della propria qualità e integrità**. Nei primi mesi di pandemia, per mettere in sicurezza la salute dei dipendenti e delle loro famiglie, Alce Nero ha sensibilmente modificato orari e luoghi di svolgimento delle attività. Nel magazzino sono stati istituiti dei turni di lavoro alternati in modo da dimezzare la quantità di operai compresenti nella struttura, riducendo il rischio di assenza per malattia che avrebbe potuto mettere in ginocchio l'attività logistica, molto sotto pressione a causa dell'aumento dei volumi da movimentare. Per quanto riguarda l'area degli uffici, invece, in 10 giorni sono stati acquistati i necessari dispositivi e strumenti per consentire a tutti di lavorare dal proprio domicilio, grazie anche al passaggio alla piattaforma Google che era appena stato completato. Nel 2020 è stato erogato un programma formativo sullo smart working per fare emergere le difficoltà riscontrate ed affrontarle, mentre nel 2021 l'obiettivo è stato riattivare la socialità, la partecipazione e l'attaccamento ai valori fondanti di Alce Nero. A questo fine è stato inoltre effettuato un **percorso di coaching per i manager**.

Nel 2022 inoltre, al termine dello stato di emergenza, l'azienda ha previsto, in accordo, con il Comitato dei Dipendenti, l'attivazione di un **modello di smart working** che prevederà la possibilità di svolgere la propria attività per 3 giorni presso la sede di lavoro e per 2 giorni altrove, compatibilmente con le proprie mansioni e il rispetto delle norme di sicurezza. Questa politica nasce dal riconoscimento della dimostrazione di responsabilità che gli impiegati hanno dato, lavorando lunghi mesi in condizioni di isolamento e incertezza generale. L'accordo vuole salvaguardare la possibilità di un diverso equilibrio tra lavoro

e vita personale, sperimentato nella seconda fase della pandemia durante la quale sono stati stabiliti dei tetti massimi di presenza per evitare focolai.

Salute e sicurezza

La **salute e sicurezza dei lavoratori** sono sempre stati per Alce Nero un obiettivo primario, in particolare per quelle mansioni che si svolgono in un ambiente a rischio medio come il magazzino. Scaffalature antisismiche, mezzi all'avanguardia, predisposizione di barriere e blocchi sono alcuni degli strumenti messi in atto per coprire tutti i rischi mappati nel DVR, redatto annualmente. Tutte le segnalazioni vengono prese in considerazione affinché non solo il dipendente operi in un contesto oggettivamente sicuro secondo gli standard di legge, ma si senta sicuro, percependo sicuro l'ambiente lavorativo.

Alce Nero garantisce la qualità di processi atti a prevenire o eliminare i rischi attraverso il **sopralluogo annuale da parte dell'RSPP e del Medico competente**. Inoltre, all'interno dell'area magazzino e degli uffici, sono stati individuati **addetti antincendio e addetti al primo soccorso**. In particolare, nel magazzino il dirigente sulla sicurezza coinvolge i lavoratori per migliorare le condizioni di salute e di sicurezza. La segnalazione di eventuali incidenti può avvenire attraverso la compilazione del modulo di mancato infortunio o l'apertura dell'infortunio all'INAIL, qualora l'evento abbia provocato lesioni al lavoratore. Questi strumenti vengono valutati dalla RSPP per comprendere la necessità di un'eventuale modifica dei rischi individuati. Il sistema di gestione, infatti, è implementato sulla base della valutazione dei rischi. Ogni anno si tiene una riunione sulla sicurezza che prevede il coinvolgimento di Responsabili aziendali, RSPP, Medico Competente e RLS, preceduta da una visita di controllo da parte della RSPP.

Nel 2020 non si sono registrati infortuni di nessun tipo tra i lavoratori dipendenti¹⁶. Nel 2021 i due soli infortuni registrati tra i lavoratori dipendenti fanno riferimento a infortuni non gravi a fronte di un numero di ore lavorate pari a 162.210. Il tasso di infortunio sul lavoro registrabile per l'anno 2021 è pari a 12,33¹⁷. Anche in relazione alle malattie professionali nel 2020 non si sono riscontrati casi per nessuna tipologia di lavoratore; nel 2021, invece, si sono registrati due casi tra i lavoratori dipendenti, dovuti all'uso improprio dell'attrezzatura.

Ogni anno la funzione Risorse Umane fornisce il piano formativo della sicurezza: la pianificazione degli aggiornamenti prevede una valutazione delle scadenze, in modo che sia possibile pianificare tutti i corsi. La RSPP comunica di volta in volta eventuali ulteriori tematiche di formazione da prevedere durante la pianificazione. La formazione in materia di salute e sicurezza ha subito un aumento del 25% dal 2020 al 2021 e un aumento ancora maggiore (del 45%) in termini di Persone coinvolte passate da 20 nel 2020 a 29 nel 2021. Si riporta nella tabella seguente il dettaglio della tipologia di formazione.

¹⁶ L'azienda non è a conoscenza degli infortuni dei lavoratori non dipendenti.

¹⁷ Formula di calcolo: (numero di infortuni/numero di ore lavorate) * 1.000.000.

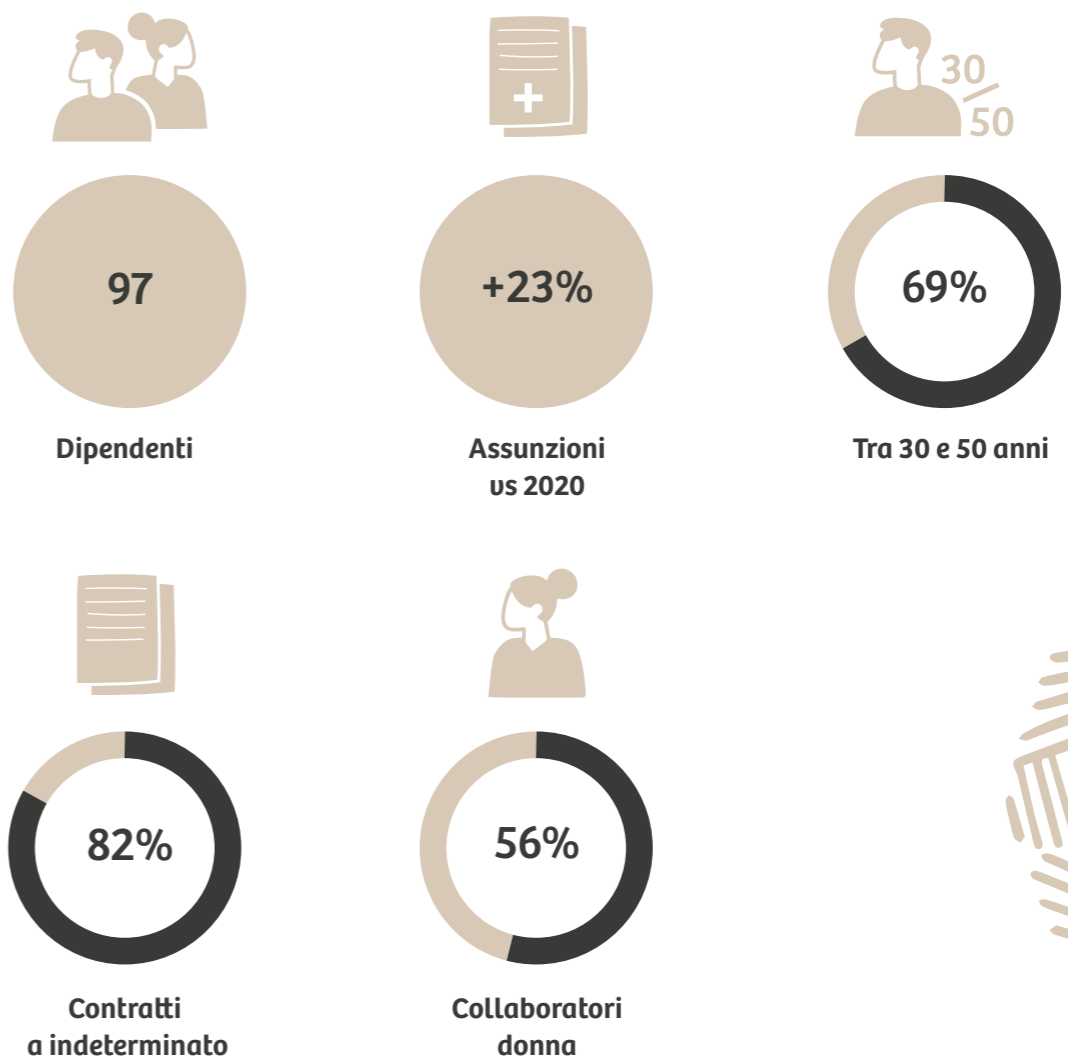




Attività formative in materia di Salute e Sicurezza sul lavoro

Tipologia di formazione	FY 2020	FY 2021
	Ore	Ore
Formazione generale	4	4
Formazione specifica rischio basso	4	4
Formazione specifica rischio medio	8	8
Formazione carrellisti (aggiornamento)	4	4
Formazione Preposto (aggiornamento)	-	6
Formazione addetti primo soccorso	12	16
Formazione addetti antincendio	8	8
Totale	40	50

I collaboratori: highlights 2021



CAP 4

Valore per tutti



Creazione di Valore Economico

4.1

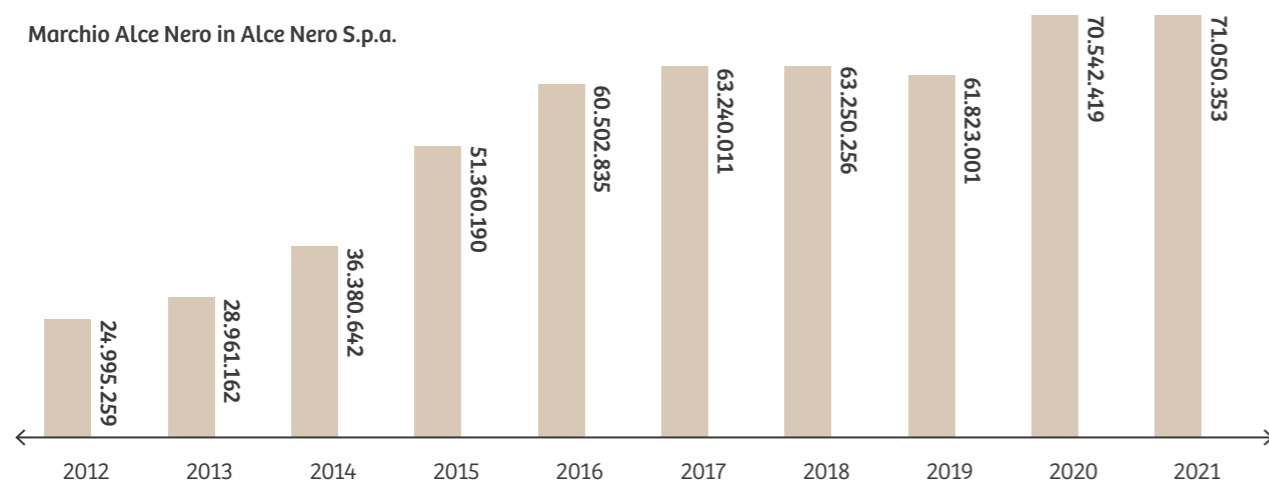
139

VALORE PER TUTTI

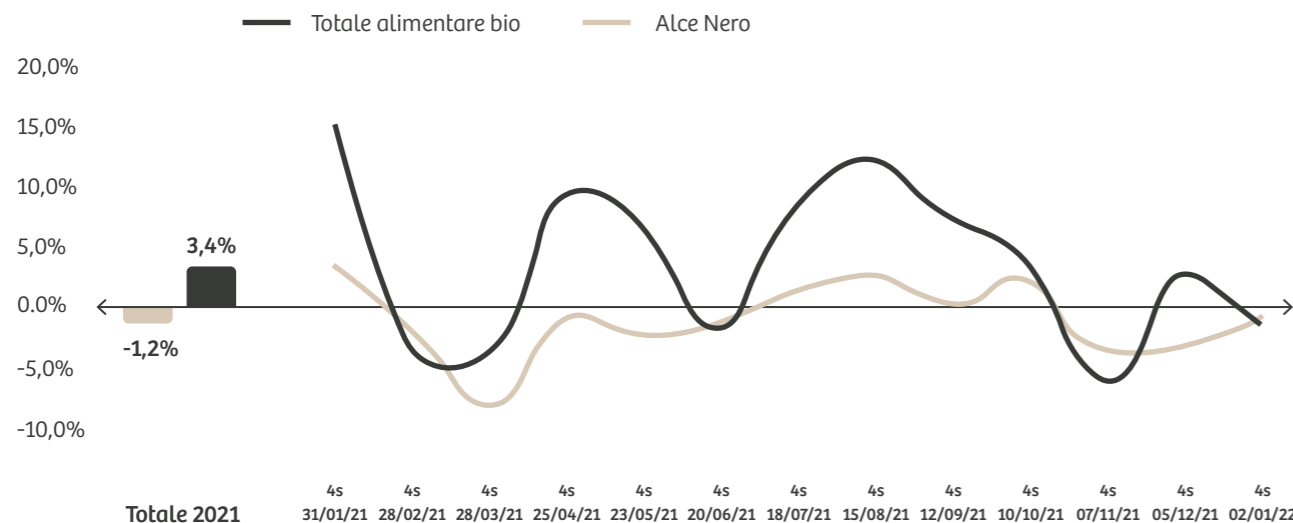
Risultati economici positivi ed un **giusto profitto** sono essenziali per continuare a progettare l'evoluzione di Alce Nero e la disseminazione del Biologico in Italia e nel mondo. Il Gruppo **Alce Nero è una realtà cresciuta** in modo costante negli ultimi 10 anni, come evidenziato nel grafico sottostante.

Trend fatturato in Euro¹⁸

Marchio Alce Nero in Alce Nero S.p.a.



Il 2020 è stato un anno di crescita importante sotto la spinta della pandemia Covid-19, ma Alce Nero è stata premiata dal mercato anche nel 2021, dov'è cresciuta più della media del mercato del bio come evidenziato nel grafico seguente (+ 3,4% vs - 1,2%).



Fonte: Nielsen Dati Iper+Super

Nella rappresentazione seguente viene evidenziato il **Valore Economico Generato e Distribuito** che può essere definito come la ricchezza creata dall'azienda nello svolgimento della sua attività. In particolare, il **Valore Economico Distribuito** è uno degli elementi da tenere in considerazione per valutare l'impatto economico e sociale di Alce Nero, nonché la ricchezza generata e distribuita ad alcune categorie di soggetti che, con i loro differenti contributi, hanno concorso a produrla e/o che sono fra i principali stakeholder della Società stessa. Il **Valore Trattenuto**, invece, rappresenta la parte di risorse economiche trattenute all'interno della Società per il suo stesso sostentamento e la sostenibilità nel tempo. La rielaborazione che segue mette in evidenza come alcuni Stakeholder abbiano beneficiato della ricchezza prodotta da Alce Nero esprimendo quindi, quantitativamente, la relazione tra Alce Nero e il contesto socio-economico in cui l'azienda opera.

Nell'esercizio 2021 Alce Nero ha realizzato ricavi complessivi per **Euro 76.718.692** relativi alla vendita di prodotti a marchio Alce Nero e marchi di terzi, escludendo i ricavi di Alce Nero Fresco e Freddo rispettivamente pari a **Euro 2.934.430** ed **Euro 1.655.769**.

Gli investimenti più significativi per la crescita di Alce Nero effettuati nel corso del 2021 sono relativi all'implementazione del nuovo software aziendale, un importante traguardo nel percorso di digitalizzazione di Alce Nero.

L'azienda ha infatti deciso di implementare un nuovo ERP completamente cloud-based aggiornato allo stato dell'arte in materia di software gestionali.

Si è trattato di un investimento importante ed impegnativo, completato dall'implementazione di un nuovo strumento di Business Intelligence e Reporting e di un CRM a servizio del processo post-vendita B2C, che permetterà ad Alce Nero di rivedere anche i processi core dell'azienda in ottica di migliorarne l'efficienza.

I principali risultati attesi sono:

- miglioramento dei livelli di servizio al cliente;
- ottimizzazione della collaborazione con fornitori e Soci;
- maggior controllo sulle filiere;
- ottimizzazione delle informazioni a supporto dei processi decisionali.

¹⁸ Dati Sell-in. Fonte: interna.

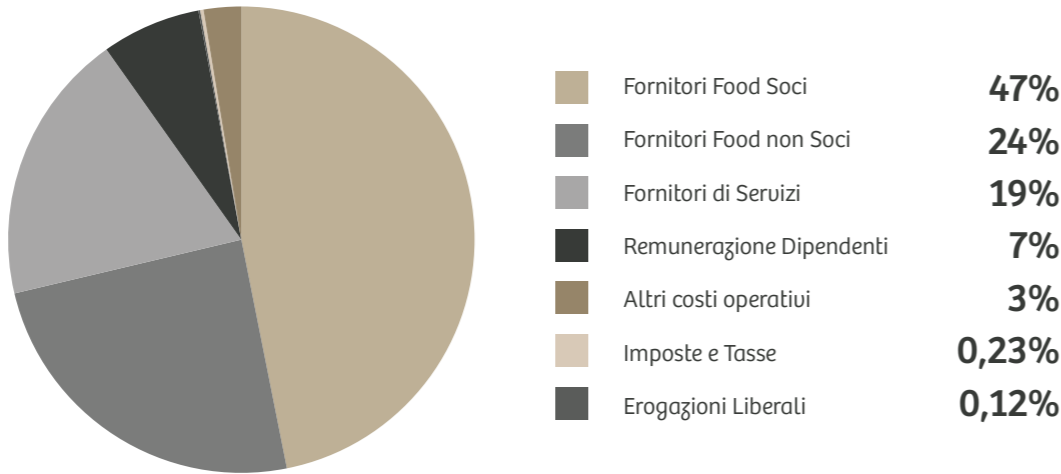
Valore Economico Generato e Distribuito - in Euro

Valore Economico Generato e Distribuito	FY 2020	FY 2021	Variazione
Ricavi*	76.592.168,00	76.718.692,00	126.524,00
Proventi finanziari	977.501,00	542.978,00	- 434.523,00
Altri ricavi/Oneri	1.429.298,00	1.309.137,00	- 120.161,00
Totale Valore Economico Generato	78.998.967,00	78.570.807,00	- 428.160,00
Costi operativi	- 72.510.602,00	- 72.303.634,00	206.968,00
Remunerazione del personale	- 4.871.584,00	- 5.363.571,00	- 491.987,00
Capitale di credito e di rischio	-	-	-
Imposte e tasse	- 463.213,00	- 177.036,00	286.177,00
Donazioni contributi associativi	- 173.960,00	- 96.312,00	77.648,00
Totale Valore Economico Distribuito	- 78.019.359,00	- 77.940.553,00	78.806,00
Valore Economico trattenuto dall'organizzazione	979.608,00	630.254,00	- 349.354,00

*di cui:

Ricavi per la vendita di prodotti a marchio Alce Nero	70.542.419,00	71.050.353,00	507.934,00
---	---------------	---------------	------------

Valore Economico Distribuito



Analizzando il **Valore Economico** prodotto e distribuito nel 2021 da Alce Nero S.p.a. emerge che:

- la quota più rilevante, pari al **47%**, è stata destinata alla remunerazione dei Soci coerentemente con il modello di business aziendale;
- il **24%** è stato destinato alla remunerazione dei fornitori;
- il **7%** è stato destinato alla retribuzione delle risorse umane, compresi i benefit;
- una **quota minore** è stata destinata alla Pubblica Amministrazione (Stato ed Enti Locali) sotto forma di imposte e tasse¹⁹.

L'incidenza dei premi a clienti sul valore economico generato è pari al 6%.

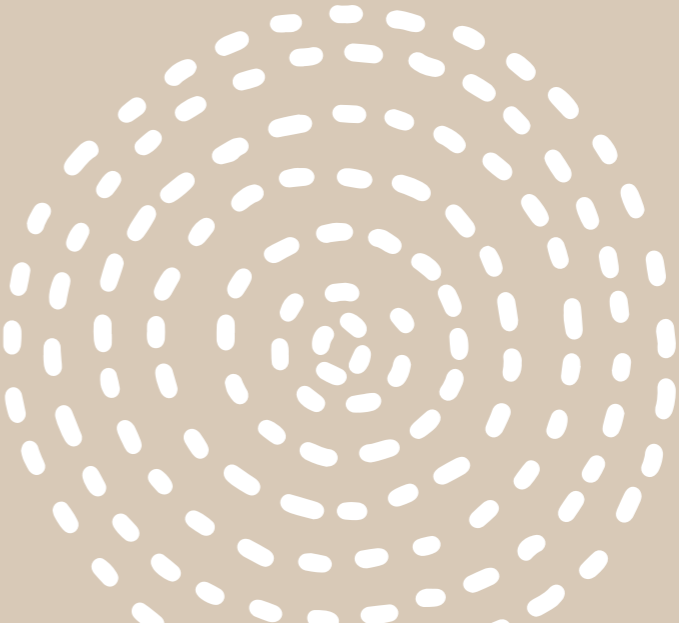
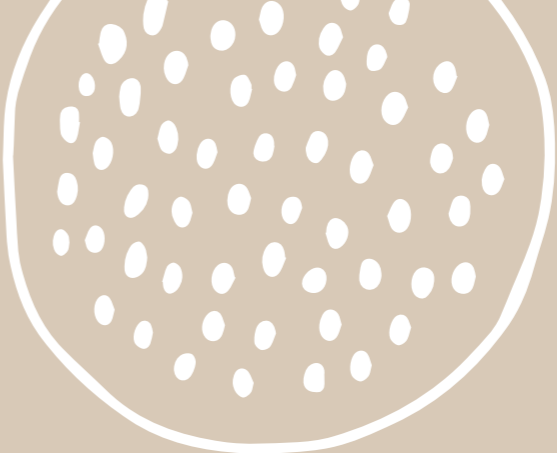
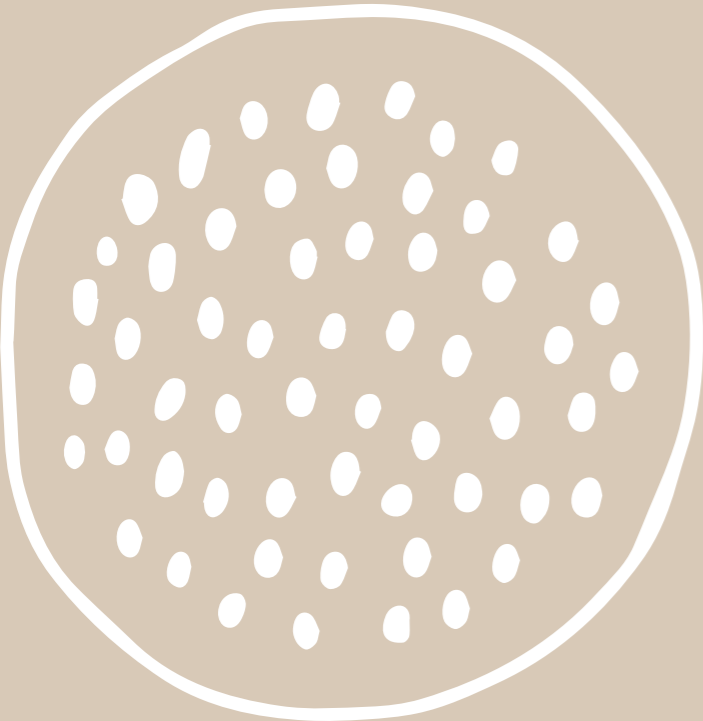
La differenza tra il valore economico generato e distribuito rappresenta la quota trattenuta dall'organizzazione che è pari a Euro 630.254.

Per quanto riguarda l'**approccio fiscale**, Alce Nero non ha definito una strategia, si attiene a quanto previsto dal **Testo Unico delle Imposte sui Redditi**. L'organo di governo che monitora l'approccio alla fiscalità è il **Consiglio di Amministrazione** e valuta la corretta applicazione di quanto previsto dalla normativa in vigore. Con l'assistenza e la supervisione di uno studio di fiscalisti, vengono identificati, gestiti e monitorati, per quanto possibile, i rischi e gli adempimenti. Al fine di garantire l'integrità della condotta aziendale in relazione alle imposte, vengono effettuati controlli periodici e/o a campione da parte dell'**Organismo di Vigilanza**, del **Collegio Sindacale** e della **Società di Revisione**. In generale, le scelte relative al business dell'azienda non dipendono da agevolazioni fiscali. L'approccio al coinvolgimento degli stakeholder in materia fiscale è di totale disponibilità e collaborazione da parte di tutte le aree coinvolte e le considerazioni, opinioni e preoccupazioni degli stakeholder vengono trattate durante i Consigli di Amministrazione.

19 Nel computo delle imposte non è inclusa l'IVA (imposta sul valore aggiunto).

CAP 5

Ambiente





La scelta totalizzante dell'Agricoltura Biologica

5.1

“L'agricoltura biologica è un modello di produzione agricola che sostiene la salute del suolo, dell'ecosistema e delle Persone. Si basa su processi ecologici, biodiversità e cicli adatti alle condizioni locali piuttosto che sull'uso di input con effetti avversi. L'agricoltura biologica combina tradizione, innovazione e scienza perché l'ambiente condiviso ne tragga beneficio e per promuovere relazioni corrette e una buona qualità della vita per tutti coloro che sono coinvolti”.

Assemblea Generale IFOAM, Vignola, giugno 2008

Al contrario di quanto in molti pensano, l'**agricoltura biologica** non è l'espressione di retaggi del passato, di metodi produttivi con rese basse, appannaggio di pochi fanatici. È nostro compito fare chiarezza anche su questi fraintendimenti.

L'agricoltura biologica secondo il Manifesto dell'IFOAM (www.ifoam.bio/en/organic-land-marks/principles-organic-agriculture) è basata sui **quattro** seguenti **principi fondamentali**:

- il principio del **benessere**;
- il principio dell'**ecologia**;
- il principio dell'**equità**;
- il principio della **precauzione**.

È abbracciando questa visione che più di 40 anni fa i fondatori di Alce Nero sono stati i pionieri dell'agricoltura biologica ben prima dell'emanazione del primo Regolamento Europeo.

Di particolare rilevanza, secondo l'opinione di Alce Nero, il **principio del benessere** che afferma che l'agricoltura biologica deve sostenere e favorire il benessere del suolo, delle piante, degli animali, degli esseri umani e del Pianeta, come un insieme unico ed indivisibile. Questo principio sottolinea che il **benessere degli individui e delle comunità non può essere separato da quello degli ecosistemi**. Un suolo sano, infatti, produce materie prime vegetali sane che nutrono adeguatamente sia le Persone che gli animali. Per preservare la salute del suolo l'uso dei fattori produttivi deve essere ridotto e le risorse gestite in modo efficiente.

Da questa consapevolezza deriva l'**assunzione di responsabilità di Alce Nero** come produttore di cibo biologico e la volontà di contribuire, attraverso quello che sa fare, al benessere del singolo, della comunità e dell'intero sistema.

Il **cibo biologico**, infatti, **migliora la salute dell'agro-ecosistema** attraverso pratiche agronomiche sostenibili e interventi rispettosi delle diverse forme di vita. Il cibo biologico contribuisce al **ripristino delle condizioni ambientali di partenza e alla rigenerazione del sistema e rappresenta il risultato finale della valorizzazione dei territori** da cui si trae nutrimento.

L'agricoltura biologica costituisce quindi un metodo universalmente riconosciuto e pubblicamente codificato di **agricoltura sostenibile**, un approccio necessario in un contesto in cui agricoltura e allevamento contribuiscono in modo significativo all'emissione di gas climalteranti (11% nel 2019 secondo l'Agenzia Europea per l'Ambiente ma si arriva a circa il 25% a livello globale). L'attuale sistema economico e un'agricoltura industriale che per decenni ha estratto risorse e utilizzato input chimici ha determinato una condizione di superamento dei limiti di sicurezza per la Biosfera²⁰ con **gravi conseguenze ambientali e sociali**, tra cui:

- impoverimento/degradazione del suolo e perdita di fertilità con impatti anche sulla produttività;
- eutrofizzazione delle acque superficiali e sottosuperficiali;
- perdita di biodiversità;
- aumento dell'emissione di gas GHG con conseguente ulteriore innalzamento delle Temperature e maggiore vulnerabilità all'impatto dei cambiamenti climatici;
- comparsa di “death zone” negli oceani;
- esposizione ai fitofarmaci, sia per gli operatori agricoli, sia attraverso la dieta;
- disomogeneità nella distribuzione delle risorse;
- generale instabilità socio-economica;
- aumento dei flussi migratori.

Il biologico per Alce Nero non è un fine bensì un mezzo, uno strumento che ci consente di prosperare in senso ecologico, culturale, sociale e ambientale. Per questo i prodotti del marchio da sempre sono tutti biologici.

Per la natura stessa del proprio modello di business, gli impatti ambientali di Alce Nero sono per lo più indiretti e derivanti da attività produttive che non sono sotto il suo diretto controllo. Coltivazione e trasformazione infatti sono effettuati da Soci e partner terzi che impiegano direttamente risorse per la realizzazione di prodotti a marchio Alce Nero. La produzione agricola avviene totalmente secondo il metodo biologico.

Nonostante, quindi, Alce Nero non sia un'azienda energivora e con emissioni significative, il contesto di emergenza ambientale nel quale stiamo vivendo impone una riflessione più ampia che non si limiti alla sola organizzazione aziendale, ma che si estenda a tutta la catena del valore e possibilmente oltre, diffondendo cultura e consapevolezza su cause e conseguenze del cambiamento climatico sulle nostre vite e su azioni e impegni.

²⁰ Vedi <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>.

Intelligenza del suolo

Intervista a Paolo Pileri

Ordinario di Pianificazione territoriale ambientale al Politecnico di Milano.

Cosa intende quando parla di intelligenza del suolo? Qual è il valore del suolo?

Il suolo svolge con estrema efficienza, gratuità e resistenza una serie di funzioni che consentono alla natura e, di riflesso, a noi umani di vivere e star bene. A una condizione però: che noi rispettiamo la sua fragilità. Ovvero che noi non usiamo la nostra stupidità per inquinare il suolo, rubargli humus cioè la sostanza organica e, soprattutto, per cementificarlo che è ciò che lo uccide per sempre. E noi con lui. Il suolo è un laboratorio vivente che ha messo a punto dei contratti a tempo indeterminato con miliardi di microrganismi, con funghi e con il mondo vegetale al fine di scambiarsi favori, energie, cibi, umidità. Noi non siamo così bravi a fare alleanze. Non siamo così smart a fare società. Noi tendiamo a sfruttare, esaurire, consumare mentre il suolo ricicla, rinnova, recupera e si mantiene in forma usando saggiamente quel che basta a sé e al suo mondo, l'ecosistema più potente ma invisibile che abbiamo. Se non è intelligenza questa... Una sola ingenuità ha avuto: affidarsi ciecamente al comportamento dell'inquilino del piano di sopra: noi. Tocca quindi a noi, alle nostre agricolture, al nostro modo di pensare la città, al nostro modo di fare la spesa, prendercene cura. Bella responsabilità ci ha affidato.

Qual è la condizione attuale del suolo in Italia e quali sono i costi ambientali e sociali di tale condizione?

In Italia non abbiamo una legge robusta di protezione del suolo né una che fermi l'incessante urbanizzazione. In Italia il consumo di suolo, ovvero la trasformazione di tutto ciò che è naturale e agricolo in urbano, si attesta sui 2 mq/secondo pari a oltre 5.000 ettari di campi all'anno. Così da oltre cinque anni. Nessun cenno di diminuzione. Nessuna pandemia frena il consumo di suolo. Il rapporto Nazionale ISPRA (<https://www.isprambiente.gov.it/>) ha stimato che la perdita per cementificazione dei servizi ecosistemici, che il suolo altrimenti fornirebbe a natura e uomo, equivale a una spesa pubblica fittizia intorno agli 80.000 Euro per ettaro per anno. Una cifra enorme che nessuna amministrazione mette a bilancio, che nessuna attività economica inserisce nelle passività quando realizza un capannone o una strada al posto di un campo. Dei costi sociali sappiamo ancor meno. Come si misura la tristezza negli occhi di un bambino che dalla finestra non vede più le colline ma il muro di un capannone? Con quale idea di paesaggio e di bellezza si forma un adolescente che vive sempre e solo su asfalto e non sa più cosa è la terra? Non sappiamo ancora, ma faremmo bene a essere più cauti e a fermarci per chiedercelo.

Qual è, a suo modo di vedere, il rapporto tra qualità del suolo e qualità della materia prima agricola?

È come respirare aria in cima ai monti o respirarla in una strada piena di traffico. Se il suolo è sano e viene rispettato è in grado di restituire tanto in qualità. Se il suolo viene sfruttato, compattato, esposto al sole per giorni e settimane, la sua biodiversità viene ferita a morte e con essa la sua materia vivente che è poi quella in grado di sostenere le produzioni agricole. Senza buon suolo non c'è buon cibo. Se interveniamo drogandolo di fertilizzanti e agrofarmaci, i cibi non saranno altro che prodotti drogati, commestibili ma non certo di miglior qualità e di ugual sicurezza. Negli anni '60 Rachel Carson scrisse *Primavera Silenziosa*, un libro meraviglioso e scientificamente preciso, che svelò a tutti i danni che i trattamenti depositavano sulla materia prima agricola. Un meraviglioso capitolo è dedicato ai Regni del suolo spiegando quanto stretto sia, e rimane oggi, il legame tra la qualità dei suoli silenziosi e laboriosi e quella del cibo. Non stanchiamoci di spiegarlo, di ricordarlo. Ricordare è una parola dall'origine stupenda: significa tornare al cuore. Riportiamo il buon suolo nel cuore delle Persone cercando le parole giuste e convincenti, aiutandole a frequentare più campi e boschi lentamente che città e autostrade velocemente.

Come un certo tipo di agricoltura come quella biologica può contribuire a diminuire il degrado del suolo?

La biodiversità: la risposta sta in questa parola cruciale per l'umanità. Quasi il 30% di tutta la biodiversità del Pianeta sta nei primi 30 cm di suolo. Ma non in tutti i suoli, solo in quelli che rispettiamo. Pochissime tracce di biodiversità stanno in quelli urbani. La biodiversità è ridotta al lumicino anche nei suoli soggetti ad agricoltura intensiva dove l'agrochimica uccide tutto quel che al momento non le serve. L'agricoltura biologica, che chiamiamo non a caso anche organica proprio perché rispetta anche il corpo del suolo, è invece più rispettosa della biodiversità dei suoli. Questo vuol dire moltissimo per l'ambiente e per noi. Non dimentichiamoci che la biodiversità è la più potente e meglio fornita farmacia della Terra. Quell'intrico di batteri, funghi, tardigradi e nematoidi ci ha salvato la vita milioni di volte regalandoci antibiotici e rimedi medicali senza i quali io non sarei qui a scrivere. Un'agricoltura biologica non solo non depauperava i suoli come fa una agricoltura tradizionale, ma conserva meglio quella biodiversità così tanto vitale alla natura e a noi. Quindi è un'agricoltura che fa bene tre volte: al suolo, alla natura e a noi. Più di così...

Cambiamento climatico e colture Alce Nero

Il **bacino del Mediterraneo** sta diventando sempre più uno degli 'hotspot' del cambiamento climatico²¹, sia in termini di temperature - con un riscaldamento che supera del 20% l'incremento medio globale - che in termini di precipitazioni, con sostanziali diminuzioni. In particolare, in Italia nell'ultimo decennio si sono osservate temperature in media più alte da 1,21 °C a 1,71 °C in otto anni su dieci. Anche le precipitazioni cumulate hanno registrato una grande variabilità di intensità, con un incremento nelle zone alpine e prealpine ed una riduzione delle precipitazioni medie in alcune regioni del Sud Italia, quali Sicilia, Puglia, Sardegna e localmente in Alto Adige e Valle D'Aosta. Tra gli scenari futuri attesi si confermano i trend evidenziati precedentemente: temperatura in aumento fino a 2°C nel periodo 2021-2050 (rispetto a 1981-2010), meno piogge ma più intense, più giorni caldi e secchi, aumento delle temperature superficiali e del livello del mare, acidificazione delle acque marine ed erosione costiera (Fonte: Report CMCC).

Nel 2021, **alcuni dei prodotti delle filiere strategiche di Alce Nero** hanno risentito fortemente degli effetti del cambiamento climatico: **miele, albicocche e lamponi**. Vediamo ora il perché:

- **Anomalie delle temperature:** in particolare le gelate tardive che hanno danneggiato le produzioni frutticole, azzerando quella delle albicocche per via della concomitanza della gelata con il periodo di fioritura, e cerealicole causando un mancato riempimento delle spighe di frumento e determinando quindi un calo produttivo in alcuni areali pugliesi. Anche il miele di acacia ha subito un duro colpo dovuto alla presenza di basse temperature e inaspettate gelate in periodo di fioritura. E le temperature torride estive hanno messo in crisi gli areali di produzione di cereali e pomodoro, ricorrendo sempre di più alla necessità di irrigazione. I cereali autunno-vernini normalmente non vengono irrigati, ma la prassi da qualche anno è quella di effettuare irrigazioni di soccorso in risposta alla presenza di siccità prolungata. Inoltre, con la diffusione di temperature più miti, si prevede una variazione nella dinamica di sviluppo degli insetti, tra cui anche quelli fitopatogeni, che consentirà loro di occupare habitat attualmente non ancora popolati ed un possibile allungamento del ciclo di vita dell'insetto, con maggiore sopravvivenza e più generazioni all'anno. Le dinamiche delle popolazioni potrebbero quindi adattarsi ed evolversi alle nuove temperature, alla vegetazione stessa negli areali ma anche adattarsi ai fenomeni estremi. Di fronte a piante indebolite da maggiori stress, si potrebbe ipotizzare anche una minore risposta delle piante, a livello biochimico, agli insetti e quindi una maggiore suscettibilità con conseguenze gravi in termini produttivi, qualitativi e quantitativi.
- **Anomalie delle precipitazioni:** la diminuzione delle precipitazioni e la distribuzione irregolare durante la stagione (più presenti da novembre a gennaio) e scarse nel periodo estivo, espongono le piante a maggiori stress e diminuiscono le finestre temporali di alcune operazioni colturali come le operazioni di semina e/o trapianto, le concimazioni e la raccolta.

21 Per approfondimenti:

<https://www.copyrpco.it/blog/147006182991232/come-i-cambiamenti-climatici-agiscono-sugli-insetti/>

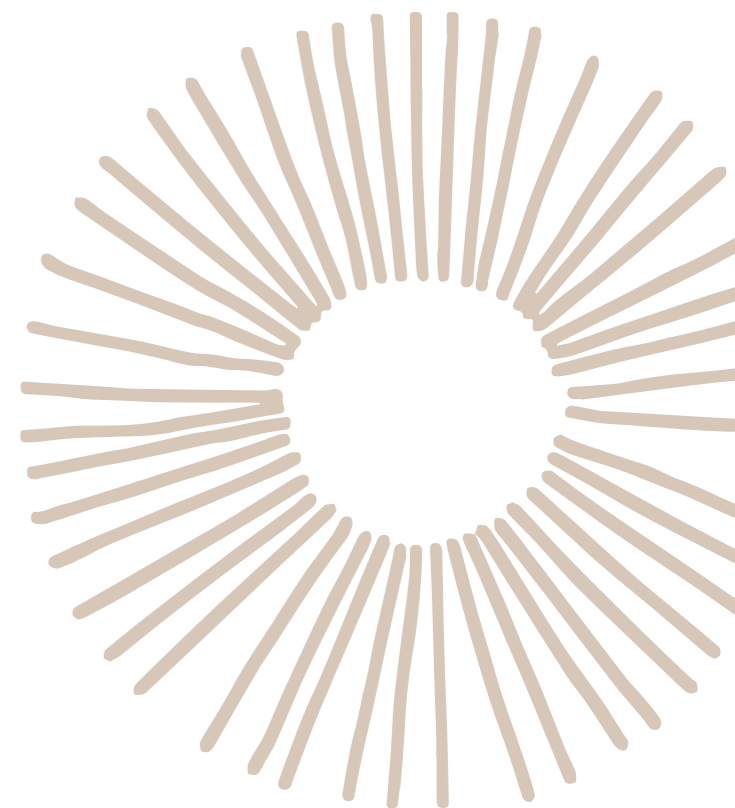
<https://cordis.europa.eu/article/id/120575-studying-insects-response-to-short-term-climate-events/it>

<https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/psr-2014-2020/notizie/notizie-2020/revisione-delle-zone-soggette-a-vincoli-naturali-significativi-diverse-dalle-zone-montane>

https://files.cmcc.it/200916_REPORT_CMCC_RISCHIO_Clima_in_Italia.pdf

- **Eventi climatici estremi:** in particolare grandine, allagamenti da piogge intense ed incendi.

Negli anni anche la valutazione delle zone svantaggiate è stata ridefinita a livello europeo integrando 8 fattori biofisici indicati nell'Allegato III del Regolamento (UE) N. 1305/2013. Questi fattori sono a loro volta connessi al cambiamento climatico e sono: a) bassa temperatura, b) siccità, c) eccessiva umidità del suolo, d) scarso drenaggio del suolo, e) problemi di tessitura e pietrosità, f) scarsa profondità radicale, g) proprietà chimiche mediocri, h) forte pendenza. Successivamente sono state escluse alcune zone dove lo svantaggio evidenziato dagli indicatori biofisici sia stato superato per effetto di investimenti, oppure la produzione agricola abbia raggiunto una produttività uguale o superiore alla media nazionale/regionale.



Consumi ed emissioni

5.2

Consumi di energia, combustibili, idrici ed emissioni di CO₂ di Alce Nero

Alce Nero svolge le sue attività nella **sede unica di Castel San Pietro Terme** dove sono presenti sia gli uffici che il magazzino di stoccaggio dei prodotti confezionati da cui vengono spediti i prodotti in tutti il mondo.

Per la natura della sua attività, **Alce Nero non è un’azienda energivora**: i consumi sono prevalentemente legati all’**energia elettrica** acquistata da fonti non rinnovabili con un consumo nel 2021 pari a 589.213 Kwh, corrispondente a 2.121,17 Gj. Tale consumo, rispetto al 2020, ha subito una riduzione dell’11% grazie ad una sempre maggiore attenzione ambientale nello svolgimento delle attività di magazzino, come lo spegnimento del sistema di climatizzazione in funzione di determinate condizioni climatiche esterne. Si riportano nella tabella seguente i consumi di energia elettrica acquistata in Kwh e Gj.

Consumo di energia elettrica acquistata

La struttura, al pari dello shop di San Lazzaro di Savena, non è di proprietà di Alce Nero bensì in locazione; data tale circostanza, la scelta delle fonti energetiche e il monitoraggio puntuale dei consumi è affidato ai proprietari terzi.

Consumo di energia acquistata ²²	Unità di misura	FY 2020	FY 2021	Unità di misura	FY 2020	FY 2021
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	Kwh	662.323,00	589.213,00	Gj	2.384,36	2.121,17
Totale energia acquistata consumata	Kwh	662.323,00	589.213,00	Gj	2.384,36	2.121,17

22 I fattori utilizzati per il calcolo dei consumi di energia elettrica in gigajoule sono stati pubblicati dal department for environment, food & rural Affairs (defra) nel 2021.

I **consumi di combustibile** di Alce Nero possono essere ricondotti principalmente alle seguenti voci: gas naturale, diesel, benzina e metano. Per quanto riguarda il gas naturale, utilizzato per il riscaldamento, e il diesel, i consumi dal 2020 al 2021 hanno subito una leggera crescita dovuta ad una maggiore presenza negli uffici post-pandemia, mentre l’utilizzo di metano è lievemente diminuito. La variazione più significativa tra il 2020 e il 2021 riguarda la riduzione dell’impiego di benzina, passato da 6.469,71 Gj nel 2020 a 802,12 Gj nel 2021. Il motivo per cui è stata possibile tale diminuzione è stato un ricorso sempre più frequente al lavoro da remoto limitando trasferte e spostamenti.

Consumo di combustibile

Consumi di combustibile ²³	Unità di misura	FY 2020	FY 2021	Unità di misura	FY 2020	FY 2021
Gas Naturale per riscaldamento	smc	9.752,05	12.542,00	Gj	351,31	451,81
Diesel	litri	3.361,54	5.471,23	Gj	121,68	198,04
Benzina	litri	201.181,5	24.942,61	Gj	6.469,71	802,12
Metano	mc	4.447,49	3.552,83	Gj	160,11	127,90
Totale fonti non rinnovabili				Gj	7.102,81	1.579,88

Il **totale dei consumi energetici** interni all'organizzazione è passato da 9.487,17 Gj nel 2020 a 3.701,04 Gj nel 2021, con una riduzione pari al 61%.

23 I fattori utilizzati per il calcolo dei consumi di combustibile in gigajoule sono stati pubblicati dal department for environment, food & rural Affairs (defra) nel 2021.



Emissioni dirette - conversione in tCO₂ equivalente

Emissioni Scope 1 ²⁴	FY 2020	FY 2021		
	Totale GJ	Tot emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.)	Totale GJ	Tot emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.)
Gas Naturale per riscaldamento	351,31	19,71	451,81	25,35
Diesel	121,68	9,09	198,04	14,80
Benzina	6.469,71	470,70	802,12	58,36
Metano	160,11	9,05	127,90	7,23
Totale	7.102,81	508,56	1.579,88	105,74

Emissioni indirette – conversione in tCO₂ equivalente

Emissioni Scope 2 ²⁵	FY 2020			FY 2021		
	Totale GJ	Totale emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.) Location based	Totale emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.) Market based	Totale GJ	Totale emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.) Location based	Totale emissioni GHG (Ton CO ₂ eq.) Market based
Energia elettrica acquistata	2.384,36	342,42	304,01	2.121,17	304,62	270,45

Per quanto riguarda le **emissioni di Scope 2**, nel 2021 l'utilizzo di 2.121,17 GJ di energia elettrica ha comportato la produzione di 304,62 tonnellate di CO² equivalente o 270,45, a seconda che si utilizzi il metodo di calcolo Location based o Market based. Coerentemente con la riduzione dei Kwh di energia elettrica acquistata, nel 2021 anche le emissioni di CO2 equivalente risultano inferiori rispetto a quelle emesse nel 2020.

Nell'anno 2021, l'**approvvigionamento idrico** di Alce Nero ammonta a circa 2,34 megalitri di acqua interamente prelevata da corpo idrico superficiale. Nel 2020 tali prelievi erano pari a 1,72 megalitri, si è quindi verificato un aumento sul totale pari al 36%. Tale incremento è dovuto alla rottura della rete idrica rimasta occulta per diverso tempo e successivamente ripristinata.

24 I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni derivanti dall'impiego delle fonti di energia sono stati pubblicati dal department for environment, food & rural Affairs (defra) nel 2021.

25 I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni Location Based e Market based sono stati pubblicati da ISPRA TERNA 2019/2020.

Scelta dei materiali e rifiuti

5.3

Scelta dei materiali

L'attenzione alla sostenibilità passa anche attraverso l'impegno nella scelta dei materiali e nella riduzione della plastica. Nel corso del 2021, oltre a quanto già fatto sul packaging primario, Alce Nero ha ridotto fino a solo l'1% l'utilizzo di materiale plastico e il cartone utilizzato è 100% certificato FSC.

Anche nelle spedizioni B2B, Alce Nero sta lavorando per ridurre l'utilizzo di plastica: il film estensibile utilizzato per avvolgere i pallet, grazie all'elevato prestiro, consente una riduzione dei grammi di plastica per pallet fino ad un 20% sul totale.

Inoltre, nella sede aziendale non vengono più impiegati bicchieri e bottiglie di plastica. A ogni dipendente è stata fornita una tazza termica riutilizzabile presso diversi punti di erogazione acqua calda/fredda.

La gestione dei rifiuti riguarda prevalentemente i rifiuti prodotti nel magazzino di Castel San Pietro Terme. I principali rifiuti prodotti da Alce Nero nel 2021, ma anche nel 2020, sono toner per stampanti esausti e imballaggi misti, questi ultimi prodotti principalmente dall'attività del magazzino. Il magazzino riceve prodotti finiti biologici in pallet di legno protetti da un film plastico, che presentano alla base una falda di cartone e, per alcuni particolari prodotti, vengono utilizzati anche angolari di plastica dura o cartone. Quando il pallet viene aperto i componenti dell'imballo vengono quanto più differenziati in cassoni per i rifiuti dedicati o aree specifiche del magazzino. I rifiuti differenziabili in carta e plastica vengono portati, quotidianamente, al compattatore aziendale. I rifiuti non differenziabili vengono invece stoccati presso un container esterno di raccolta rifiuti. Presso il magazzino di Alce Nero, sono presenti anche 3 categorie di rifiuti speciali che vengono conservate in luoghi specifici e/o contenitori identificati. Tali rifiuti vengono prelevati dal servizio privato di raccolta rifiuti una volta all'anno. I dati rilasciati dal servizio esterno riguardo alla categoria ed il peso del rifiuto prelevato vengono registrati su un file di monitoraggio e sul Registro di Carico e Scarico Rifiuti di Alce Nero S.p.a. Gli stessi dati verranno poi utilizzati, annualmente, per compilare il MUD (Modello Unico di Dichiarazione Ambientale).

Si riporta di seguito la suddivisione dei rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti per tipologia di materiali, operazione di recupero o smaltimento.

Rifiuti pericolosi prodotti

Rifiuti pericolosi per tipologia di materiali	FY 2021							
	Unità di misura	Qtà	Di cui non destinati a smaltimento			Di cui destinati a smaltimento		
			Qtà	Operazione di recupero	Recupero avviene in loco o presso un sito esterno	Qtà	Operazione di smaltimento	Smaltimento avviene in loco o presso un sito esterno
Toner per stampante esausti	tons	0,10	0,10	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno			
Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose	tons	0,01	0,01	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno			
Residui di inchiostro contenenti sostanze pericolose	tons	0,01				0,01	Conferimento in discarica	Presso un sito esterno
Totale rifiuti pericolosi	tons	0,11	0,10				0,01	

Nel 2021, a differenza del 2020, alcuni dei rifiuti prodotti sono classificabili come rifiuti pericolosi; sul totale risultano comunque una minima parte, pari al 5% della produzione di rifiuti complessiva. Per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi, sia nel 2020 che nel 2021, il 100% della produzione non è stata destinata a smaltimento, si sono invece intraprese azioni di recupero presso un sito esterno. Al momento non vengono conferiti rifiuti al servizio pubblico di raccolta, tutti i rifiuti di Alce Nero sono gestiti da vari soggetti terzi, in base alla categoria di rifiuto. Il soggetto terzo deve essere iscritto all'Albo Nazionale Gestori Ambientali e/o deve essere in possesso della Autorizzazione Integrata Ambientale (AIA).

Rifiuti non pericolosi prodotti

FY 2021					
Rifiuti non pericolosi per tipologia di materiali	Unità di misura	Quantità	Di cui non destinati a smaltimento		
			Quantità	Operazione di recupero	Recupero avviene in loco o presso un sito esterno
Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione	tons	1,78	1,78	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi in carta	tons	26,32	26,32	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi in plastica	tons	9,47	9,47	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi misti	tons	30,54	30,54	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Ferro e acciaio	tons	1	1	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Plastica	tons	1,92	1,92	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Totale rifiuti non pericolosi	tons	71,03	71,03		

Il **totale di rifiuti prodotti** nel 2021, è quindi pari a 71,14 tonnellate, ridotto del 17% rispetto al 2020. Hanno concorso alla messa in atto di questa riduzione i miglioramenti attuati nella scelta di materiali utilizzati per le varie attività svolte presso il magazzino di Alce Nero. Di seguito le principali:

FY 2020					
Rifiuti non pericolosi per tipologia di materiali	Unità di misura	Quantità	Di cui non destinati a smaltimento		
			Quantità	Operazione di recupero	Recupero avviene in loco o presso un sito esterno
Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione	tons	17,72	17,72	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi in carta	tons	27,43	27,43	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi in plastica	tons	9,5	9,5	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Imballaggi misti	tons	29,12	29,12	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Apparecchiature fuori uso diverse ²⁶	tons	0,03	0,03	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Rifiuti misti della attività di costruzione e demolizione	tons	0,12	0,12	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Carta e cartone	tons	1,43	1,43	Altre operazioni di recupero	Presso un sito esterno
Totale rifiuti non pericolosi	tons	83,35		83,35	

26 Apparecchiature fuori uso diverse da quelle di cui alle voci da 16.02.09 a 16.02.13.

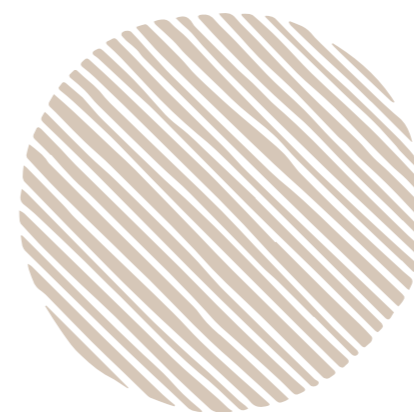


- **E-commerce:** il 98% dell'imballo utilizzato per la spedizione è costituito da carta, rimane quindi solo la reggia come materiale plastico utilizzato. Inoltre, le scatole e la carta impiegate come imballo per l'e-commerce sono certificate FSC.
- **Vendita B2B:** Il film utilizzato per avvolgere i pallet contenenti gli ordini in partenza è costituito da materiale vergine, ma con un prestiro del 270%. Il prestiro elevato si ottiene sia grazie alle caratteristiche stesse del film, sia grazie ai carrelli molto evoluti presenti nelle macchine utilizzate. Avere un prestiro del 270% permette di utilizzare meno chilogrammi di materia plastica per ottenere lo stesso numero di giri di film intorno ad un pallet.

Inoltre, Alce Nero ricerca sul mercato pallet di seconda mano, a meno di necessità quali la carenza sul mercato o il bisogno specifico di pallet con requisiti peculiari e certificazioni.

Per quanto riguarda la **gestione dei rifiuti legata alla collaborazione lungo catena del valore**, Alce Nero:

- **favorisce la circolarità** utilizzando un fornitore locale che gestisce lo smaltimento e il riciclo dei rifiuti;
- **non smaltisce i prodotti alimentari non più commercializzabili**, per minimi difetti di packaging o ammaccature, ma vengono donati ad associazioni benefiche come il Banco Alimentare;
- **compatta e ricicla la plastica;**
- **compatta e ricicla la carta e cartone;**
- si impegna per **minimizzare**, il più possibile, **la produzione di rifiuti**.



Logistica e trasporti 5.4

Il **sistema logistico di Alce Nero** si articola lungo la complessa logistica dei prodotti finiti in & out, ovvero verso e dal polo logistico di Castel San Pietro Terme. Qui arrivano i prodotti confezionati dai fornitori, vengono controllati e stoccati e da qui partono verso tutti i clienti in Italia e nel mondo. Tale logistica distributiva viene gestita da fornitori terzi. In Italia ha una configurazione molto articolata dovendo raggiungere più di 3.600 punti di consegna (senza considerare le consegne dirette ai consumatori che acquistano sullo shop online) ed è organizzata su diversi livelli: un primo livello che funge da collettore di tutte le spedizioni, che sono gli Hub principali dei partner di trasporto di Alce Nero, un secondo livello che sono le piattaforme presenti su tutto il territorio Nazionale, e un terzo livello che rappresenta il vettore che effettua l'ultimo miglio della consegna. Ognuno di questi livelli consente di ottimizzare i flussi logistici cercando le corrette sinergie tra tutti i clienti dei partner, ottimizzando i percorsi e favorendo la saturazione dei mezzi.

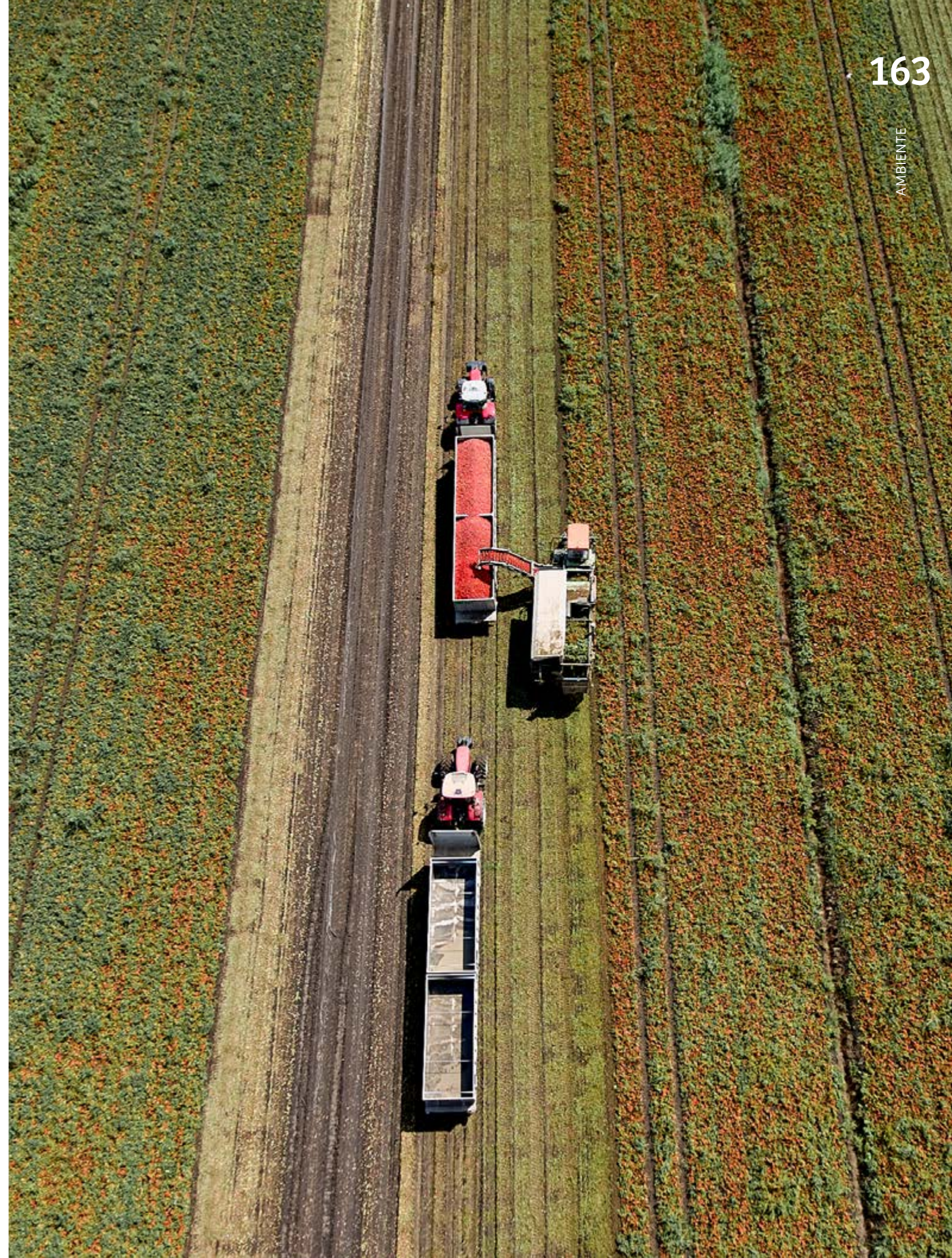
Alce Nero seleziona **partner logistici in grado garantire un elevato livello di servizio e il rispetto dei tempi di consegna**, ma è orientata anche verso fornitori che adottino sistemi e modalità di trasporto sempre più sostenibili. Con i propri partner logistici, già come fatto in altre occasioni in passato, si vuole cercare una collaborazione per scrivere assieme i prossimi passi per rendere sempre più sostenibile la logistica dei nostri prodotti.

A riguardo, in particolare, sono **4 i criteri che Alce Nero utilizza nello sviluppo di un sistema logistico a minor impatto ambientale**:

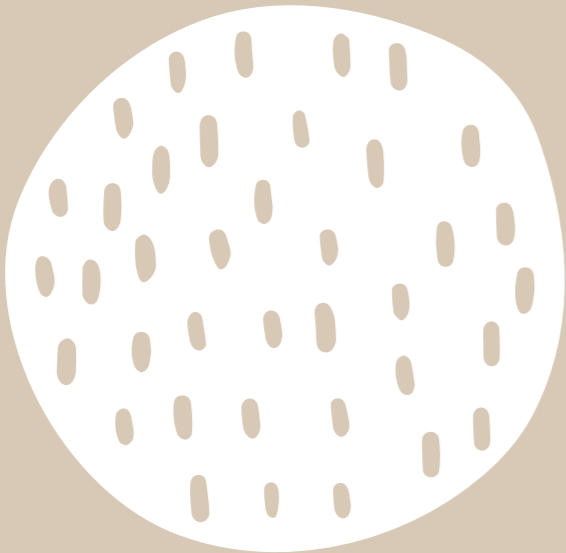
- ottimizzazione dei flussi per minimizzare gli spostamenti;
- ottimizzazione dei carichi;
- pallettizzazione space efficient per spedire lo stesso volume di prodotto in meno spazio;
- attenzione all'utilizzo delle risorse.

Oltre a questo, a partire dal 2021, Alce Nero ha deciso di intraprendere un **percorso di valutazione dei propri partner logistici** anche sulla base del loro impegno sul fronte della mitigazione degli impatti ambientali (come, ad esempio, l'impiego di mezzi di trasporto a minor impatto ambientale o azioni di compensazione emissioni CO₂).

Infine, per le **spedizioni extra UE**, Alce Nero utilizza quasi esclusivamente trasporti via mare limitando alla gomma il solo trasporto primario. Inoltre, si sta approcciando anche al trasporto intermodale per i trasporti dei container provenienti dai Soci Sudamericani, ciò come ulteriore leva di riduzione degli impatti ambientali potenziali.



Metodologia



Nota metodologica

6.1

Il Bilancio di Sostenibilità risponde all'esigenza di fornire una rendicontazione di natura non finanziaria con la quale mettere in evidenza informazioni sociali, relative al personale, ai diritti umani, alla salute e alla sicurezza, e informazioni ambientali, legate ad acqua, energia, emissioni e rifiuti.

Tale documento è **rivolto ad ogni tipologia di stakeholder** – cittadini, enti pubblici, pubblica amministrazione, scuole, associazioni di categoria, etc. – e per tale ragione, nella scelta editoriale, è stato redatto adottando un linguaggio chiaro e semplice, e presentando i dati utilizzando grafici e tabelle per renderlo maggiormente comprensibile e interattivo. Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione delle performance, indipendentemente dall'andamento positivo o negativo delle stesse. I dati presenti all'interno del documento, inoltre, sono stati elaborati e forniti dai Responsabili di funzione.

Il primo Bilancio di Sostenibilità di Alce Nero S.p.a. riporta le **iniziative e i risultati dell'esercizio 2021** (1° gennaio - 31 dicembre 2021) **in ambito economico, sociale e ambientale**. In coerenza con i principi di comparazione, i dati e le informazioni sono stati indicati anche per l'anno precedente, salvo alcune eccezioni riportate nel testo.

Il **perimetro di rendicontazione** fa riferimento al marchio Alce Nero in Alce Nero S.p.a., ed esclude quindi i marchi di Terzi, i marchi gestiti, il prodotto sfuso e il service effettuato per Libera Terra Mediterraneo. Nel perimetro di rendicontazione non sono altresì inclusi i prodotti della categoria ortofrutta gestiti e commercializzati direttamente da Brio S.p.a., nell'ambito di un accordo di cessione temporanea dell'uso del marchio Alce Nero.

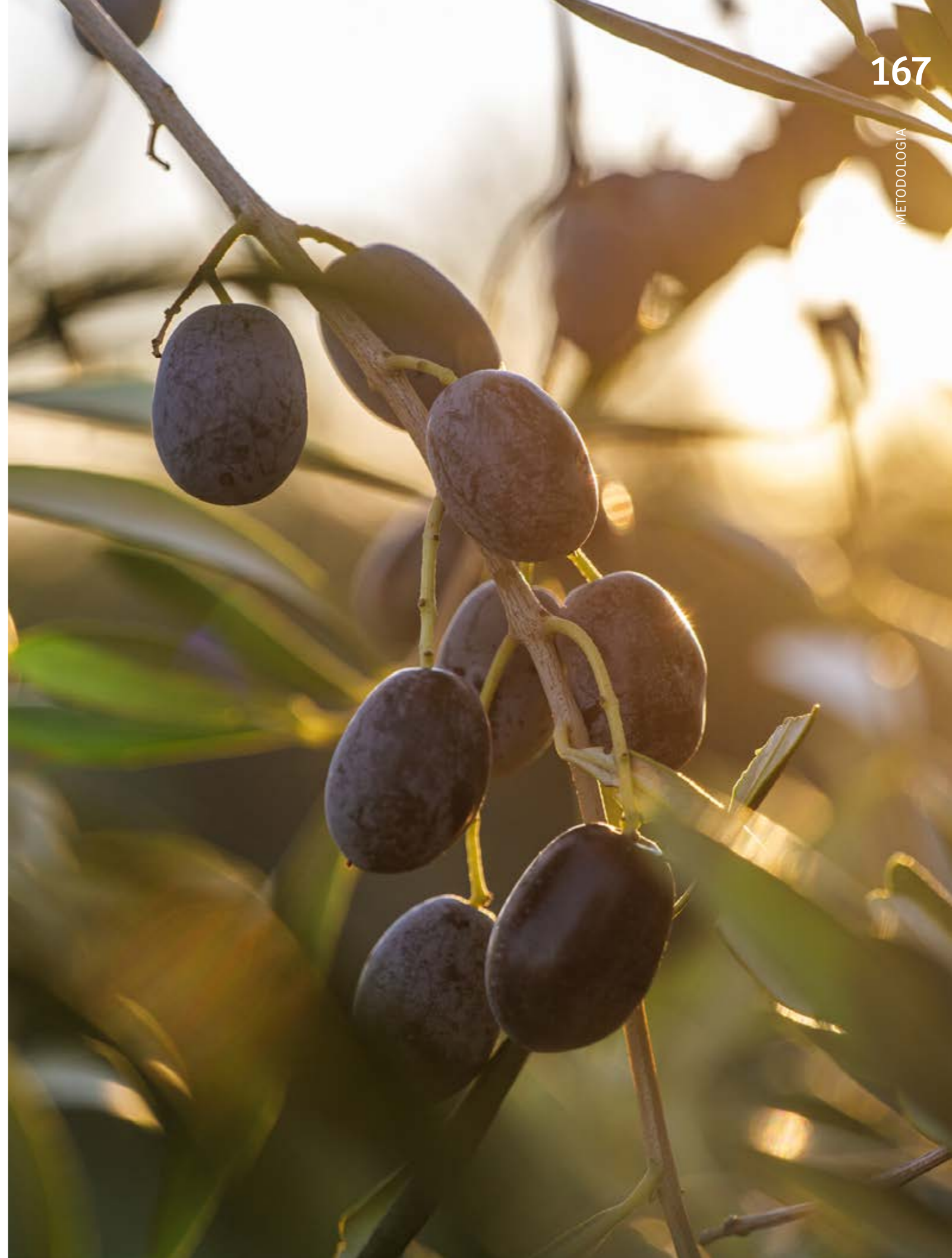
Per alcuni specifici temi del Bilancio di Sostenibilità, si è scelto di dare evidenza anche delle prestazioni di Alce Nero Fresco S.p.a. e Alce Nero Freddo S.p.a. al fine di dare una visione completa. Le sezioni in oggetto sono le seguenti:

Sezione economica – Creazione di Valore Economico
Sezione relativa ai prodotti – I prodotti e l'impegno sul packaging

In ogni caso, ogni dato riferito ad Alce Nero Fresco S.p.a. e Alce Nero Freddo S.p.a. è debitamente segnalato e, ove possibile, è stato inserito un confronto con l'anno 2020.

Inoltre si precisa che, con riferimento ai dati di vendita riportati nel bilancio, laddove citati, si intende:

- **per "Sell – In"** l'attività di vendita che il produttore di beni realizza verso il cliente, inteso come intermediario commerciale (rivenditore/distributore/retailer). Questo dato è solitamente interno all'azienda produttrice;



- **per “Sell – Out”** l’attività di vendita che il cliente, inteso come intermediario commerciale (rivenditore/distributore/retailer), realizza verso il consumatore finale. Questo dato solitamente è interno al cliente e viene condiviso presso gli istituti di ricerca (es. Nielsen) che riescono quindi a dare indicazione al produttore della merce venduta.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto **secondo le linee guida dei GRI Universal Standard** pubblicati il 5 ottobre 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione in *accordance with the GRI Standards*. Il processo di raccolta ed elaborazione dei dati e delle informazioni è stato gestito creando un **gruppo di lavoro composto dai responsabili di tutte le aree coinvolte** e rientranti nel perimetro di riferimento.

Nel documento sono rappresentati gli **impatti economici, ambientali e sociali della Società più significativi**, individuati sulla base dell’analisi di materialità. Il documento permette, così, di inquadrare in un contesto più ampio la tipologia di attività condotta dall’azienda, illustrando gli aspetti rilevanti per il settore e individuando l’ambito territoriale di riferimento.

Il Bilancio di Sostenibilità del 2021 si caratterizza per la presenza di specifici riferimenti alla situazione legata alla pandemia Covid-19, e alle relative modalità di gestione implementate dall’organizzazione.

Il Bilancio di Sostenibilità di Alce Nero è stato approvato dall’Assemblea dei Soci in data 13 maggio 2022.

Il Bilancio di Sostenibilità 2021 di Alce Nero non è stato sottoposto a revisione esterna; tuttavia l’organizzazione valuterà l’ottenimento della certificazione per i futuri anni di rendicontazione.

Al Bilancio di Sostenibilità è data diffusione anche via internet sul sito *www.alcenero.com*.

Di seguito, si forniscono i contatti per la richiesta di eventuali informazioni contenute in tale documento:

Erika Marrone
Alce Nero S.p.a.
Via Henry Ford, 2/a, 40024 Castel San Pietro Terme (BO) - info@alcenero.it

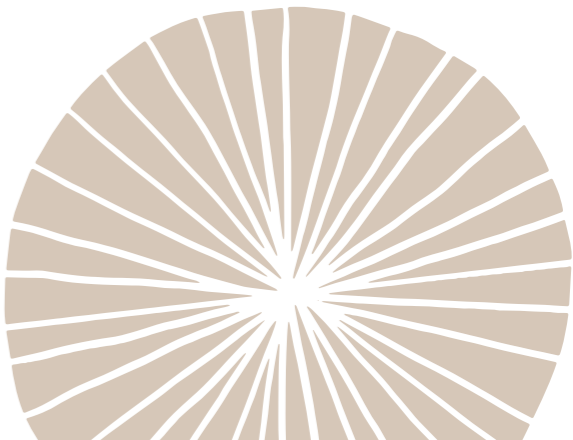
Indice dei contenuti GRI

Nella tabella è fornito l'indice per aiutare il lettore a trovare all'interno del documento i contenuti che si riferiscono a specifici indicatori GRI.

GRI Standard	Numero dell'indicatore	Titolo dell'indicatore	N. pagina e note
GRI 2: General Disclosures	2-1	Dettagli organizzativi	pag. 6; 164-166
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	pag. 6; 164
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	pag. 164-166
	2-4	Restatements di informazioni	pag. 164-166
	2-5	Assurance esterna	pag. 164-166
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	pag. 10-24
	2-7	Dipendenti	pag. 128-131
	2-8	Lavoratori non dipendenti	pag. 129
	2-9	Struttura e composizione della governance	pag. 50-51
	2-10	Nomina e selezione del massimo Organo di Governo	pag. 50-51
	2-11	Presidente del più alto Organo di Governo	pag. 50-51
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	pag. 50-53
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	pag. 50-53
	2-14	Ruolo del più alto Organo di Governo nel reporting di sostenibilità	pag. 166
	2-15	Conflitto di interessi	pag. 50-53
	2-16	Comunicazione delle criticità	Non sono state comunicate preoccupazioni critiche al più alto organo di governo in quanto non sono state riscontrate nel periodo di rendicontazione
	2-17	Conoscenza collettiva del più alto Organo di Governo	pag. 48

GRI Standard	Numero dell'indicatore	Titolo dell'indicatore	N. pagina e note
	2-18	Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo	pag. 52-53
	2-19	Politiche di remunerazione	Per il presente anno di rendicontazione l'informazione risulta non disponibile per incompletezza dei dati. Per i futuri esercizi, l'organizzazione provvederà a darne maggiore disclosure
	2-20	Processo per determinare la remunerazione	Per il presente anno di rendicontazione l'informazione risulta non disponibile per incompletezza dei dati. Per i futuri esercizi, l'organizzazione provvederà a darne maggiore disclosure
	2-21	Rapporto tra i compensi annuali totali	Per il presente anno di rendicontazione l'informazione risulta non disponibile per incompletezza dei dati. Per i futuri esercizi, l'organizzazione provvederà a darne maggiore disclosure
	2-22	Statement sulla strategia di sviluppo sostenibile	pag. 5
	2-23	Impegni nelle politiche	Non sono stati perseguiti impegni politici per una condotta aziendale responsabile nel periodo di rendicontazione
	2-24	Integrazione degli impegni nelle politiche	Non sono stati perseguiti impegni politici per una condotta aziendale responsabile nel periodo di rendicontazione
	2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	pag. 46-47
	2-26	Meccanismi di consultazione ed espressione di dubbi	pag. 52-53
	2-27	Conformità con le leggi e i regolamenti	pag. 53

GRI Standard	Numero dell'indicatore	Titolo dell'indicatore	N. pagina e note
	2-28	Associazioni	Nel periodo di rendicontazione l'Azienda è associata a Legambiente
	2-29	Approccio di stakeholder engagement	pag. 48
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	pag. 132
GRI 3 – Temi materiali	3-1	Processo per la determinazione dei temi materiali	pag. 48-49
	3-2	Lista dei temi materiali	pag. 49
	3-3	Management dei temi materiali	pag. 40-43; 48-49; 122-124; 126-127; 138-141; 146-151; 152-154; 164
GRI 201 – Performance economiche	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	pag. 138-141
GRI 202 – Presenza sul mercato	202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	pag. 131
GRI 204 – Pratiche di	204-1	Proporzione di spesa su fornitori locali	pag. 72-73
GRI 205 – Anticorruzione	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	pag. 52
GRI 206 – Comportamento anticoncorrenziale	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Durante il periodo di rendicontazione non sono in atto azioni legali in materia di comportamento anticoncorrenziale e violazioni delle normative antitrust e relative alle pratiche monopolistiche



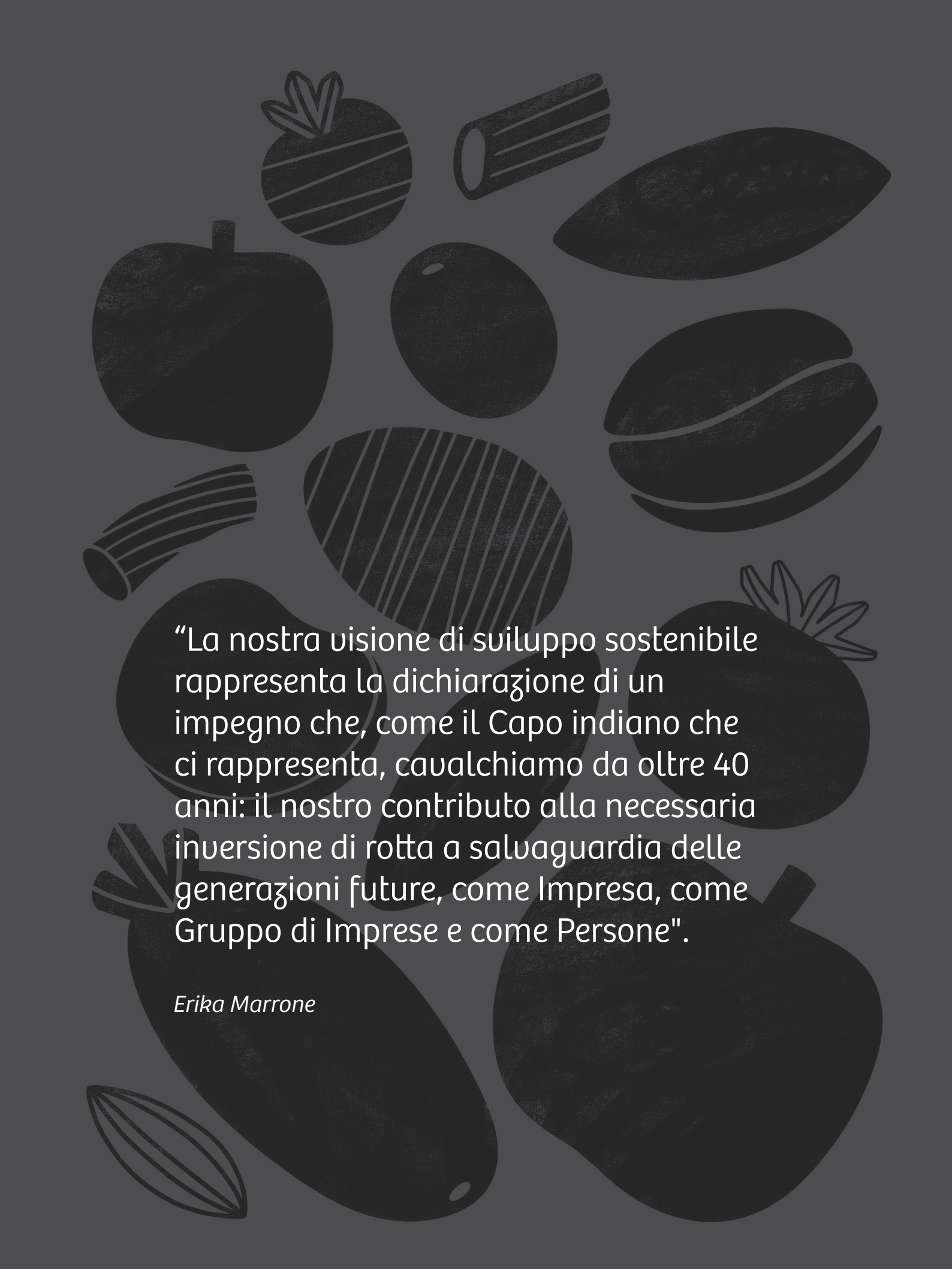
GRI Standard	Numero dell'indicatore	Titolo dell'indicatore	N. pagina e note
GRI 207 – Imposte	207-1	Approccio alla fiscalità	pag. 141
	207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	pag. 141
	207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	pag. 141
	207-4	Rendicontazione Paese per Paese	Per le società del Gruppo è valida esclusivamente la giurisdizione italiana; per i futuri esercizi, l'organizzazione provvederà a darne maggiore disclosure
GRI 302 – Energia	302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	pag. 152-153
GRI 303 – Acqua e scarichi idrici	303-3	Prelievo idrico per fonte	pag. 154
GRI 305 - Emissioni	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	pag. 153
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	pag. 154
GRI 306 – Rifiuti	306-3	Rifiuti prodotti	pag. 154-158
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	pag. 154-158
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	pag. 154-158
GRI 401 – Occupazione	401-1	Assunzioni e turnover	pag. 129-130
	401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	pag. 127; 132



GRI Standard	Numero dell'indicatore	Titolo dell'indicatore	N. pagina e note
GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	pag. 133-135
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	pag. 133
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	pag. 133
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	pag. 132-133
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	pag. 133-135
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	pag. 132-135
	403-9	Infortuni sul lavoro	pag. 133
	403-10	Malattie professionali	pag. 133
GRI 404 – Formazione e istruzione	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	pag. 126-127; 132
GRI 405 – Diversità e pari opportunità	405-1	Diversità e Pari opportunità	pag. 128-132
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	pag. 131
GRI 413 – Comunità locali	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	pag. 118-121
GRI 416 – Salute e sicurezza dei clienti	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Durante il periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di non conformità con le normative e/o codici di autoregolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi







"La nostra visione di sviluppo sostenibile rappresenta la dichiarazione di un impegno che, come il Capo indiano che ci rappresenta, cavalchiamo da oltre 40 anni: il nostro contributo alla necessaria inversione di rotta a salvaguardia delle generazioni future, come Impresa, come Gruppo di Imprese e come Persone".

Erika Marrone