

BALANCE DE SOSTENIBILIDAD 2022



DALTERFOOD GROUP
EXPERIENCIA Y PASIÓN EN EL
SECTOR QUESERO ITALIANO



BALANCE DE SOSTENIBILIDAD 2022

DALTERFOOD GROUP
EXPERIENCIA Y PASIÓN EN EL
SECTOR QUESERO ITALIANO

ÍNDICE

_MENSAJE A LOS GRUPOS DE INTERÉS	1
_CIFRAS DESTACABLES DE 2022 DE DALTERFOOD GROUP	3
_CAP. 1	
LA SOSTENIBILIDAD PARA DALTER	5
1.1 La Agenda 2030: los objetivos de DalterFood Group	7
1.2 Análisis de materialidad y stakeholder engagement	10
_CAP. 2	
NUESTROS VALORES	18
2.1 DalterFood Group: una historia de más de 40 años	19
2.2 Valores de DalterFood Group	20
2.3 Gobernanza y orden empresarial	22
2.4 Ética e integridad de la actividad	26
_CAP. 3	
LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE DALTERFOOD GROUP	32
3.1 Mercados servidos y productos ofertados	33
3.2 El modelo de negocio, mercado y productos ofertados	34
_CAP. 4	
GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO	37
4.1 La cadena de valor	42
4.1.1 Los proveedores de leche, socios estratégicos para el Grupo	43
4.2 El bienestar animal	45

_CAP. 5	
LA GARANTÍA DE CALIDAD DEL CLIENTE AL CONSUMIDOR	51
5.1 El control a lo largo del proceso productivo y sobre las materias primas	53
5.1.1 Seguimiento y localización	54
5.2 Salud y seguridad de los consumidores	55
5.2.1 La atención a nuestros clientes	57
_CAP. 6	
LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE	62
6.1 Circularidad en la actividad comercial de DalterFood	63
6.1.1 Sostenibilidad de los envases	64
6.2 Consumo energético y emisiones	66
6.3 Consumo hídrico	69
_CAP. 7	
LA PROTECCIÓN DEL CAPITAL HUMANO	71
7.1 Inclusión, bienestar y desarrollo de los empleados	72
7.2 Salud y seguridad en el trabajo	76
7.3 Comunidad local y territorio	78
_ANEXOS – INDICADORES DE RENDIMIENTO	80
_ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	91



_MENSAJE A LOS GRUPOS DE INTERÉS

“ El 2022 fue un año que se caracterizó por fuertes turbulencias a nivel macroeconómico, desde el estallido de la guerra en Ucrania a sus repercusiones en los costes energéticos y de todas las materias primas, pasando por la pandemia que, aunque en menor medida, ha seguido influyendo en los mercados, sin olvidar el cambio climático que, con episodios de sequía alternados con fuertes aluviones, está asolando nuestras sociedades, la primera, nuestra región.

Cada vez es más importante **establecer compromisos concretos** para que nuestra actividad sea sostenible desde el punto de vista económico, medioambiental y social, con proyectos que nos permitan conseguir que nuestros productos sean cada vez mejores para nuestros clientes, pero también para las comunidades de las que formamos parte. En este documento encontrarán todos estos compromisos, que representa la segunda etapa del camino, emprendido el pasado año, de rendir cuentas sobre nuestro compromiso con un crecimiento cada vez más sostenible.

Pese a los aspectos críticos del contexto, en un año complicado como el 2022, en el que nos vimos obligados a revisar nuestros precios de venta para compensar el aumento de nuestros costes de producción, conseguimos **crecer un 15 %**, con resultados muy positivos en los mercados europeos, **nuestros empleados crecieron en un 4 %** y acometimos proyectos importantes, que empezarán a dar sus frutos en los próximos años.

Hemos comenzado un proceso de análisis de la eficiencia energética para nuestro centro de corte y envasado y nuestras queserías, con el objetivo de reducir nuestro impacto medioambiental, **invirtiendo en energías renovables**, principalmente en la **fotovoltaica**, con el objetivo de crear un plan a medio plazo que, en 2025, nos lleve a **producir de manera autónoma** como mínimo el **20 % de la energía** que consumimos.



Presidente
Stefano Ricotti



*Consejero Delegado
Alberto Viappiani*

Por lo que respecta a nuestros envases, hemos entrado en la segunda fase del proyecto de transición de nuestros envases de materiales acoplados a monomateriales, **reciclables en el plástico**, con el objetivo de implementar los **nuevos materiales** en todos los envases para el consumidor y en los industriales de aquí al 2025, tras la gama monodosis, con vistas a completar el proyecto en toda nuestra cartera de productos en tres años.

De igual manera, seguimos trabajando para una cadena de producción del queso Parmigiano Reggiano (Parmesano) cada vez más integrada y sostenible y, junto a nuestros proveedores, estamos estudiando nuevas colaboraciones con médicos veterinarios que nos permitan **mejorar el nivel del bienestar animal** certificado de nuestros establos.

Sabemos que la riqueza de nuestro Grupo se encuentra, ante todo, en su gente y, por este motivo, para poner nuestro granito de arena y sobrellevar un contexto económico tan complejo, hemos decidido incorporar a las prestaciones la herramienta de los **cheques restaurante para todas las sedes italianas**. También hemos retomado

los proyectos de formación, tras la interrupción forzosa debida a la pandemia, con planes diseñados para las competencias transversales, que abarcan del inglés a las herramientas informáticas, y a las específicas de cada puesto, para seguir **ampliando el patrimonio de nuestros conocimientos**.

Por último, queremos **cuidar** a título personal **nuestro territorio y la comunidad** a la que pertenecemos y, bajo esta premisa, hemos suscrito importantes colaboraciones con asociaciones regionales, en concreto, con la Cooperativa Panta Rei de Reggio Emilia, a la que apoyaremos en el estudio de nuevos protocolos para el acceso a la alimentación de niños autistas, con una colaboración en la que participaremos durante los próximos años.

Somos conscientes de que hemos conseguido importantes resultados gracias, sobre todo, a la aportación de cada uno de nuestros colaboradores y de nuestros socios; nos esperan grandes retos, pero no nos asustan: desde siempre, nuestro objetivo es la excelencia.



*Director General
Andrea Guidi*

*Presidente
Stefano Ricotti*

*Consejero Delegado
Alberto Viappiani*

*Director General
Andrea Guidi*

_CIFRAS DESTACABLES DE 2022 DE DALTERFOOD GROUP



146 millones de €

FACTURADOS EN 2022

(+15 % respecto al 2021)



más de **32 millones**

**DE LITROS DE LECHE
PROCESADOS**



100 %

de las empresas agrícolas
ha obtenido la certificación
sobre

BIENESTAR ANIMAL



10 auditorías

**PARA EVALUAR EL RESPETO
DEL BIENESTAR ANIMAL**

(+4 respecto al 2021)



**3 diagnósticos
energéticos**

realizadas en 2022, con
el objetivo de mejorar la
eficiencia energética



-31 %

DE CONSUMO DE PLÁSTICO
(respecto al 2021)



ENVASES

100 %

reciclables

para las líneas de porciones
individuales y monodosis



3 sistemas

de recogida selectiva

Entre los que se encuentran,
dos compactadoras para
el plástico y el cartón y
un sistema big bag para el
polietileno transparente



**55 nuevos empleados
contratados**

en 2022, (con una tasa
de contratación del
32 %)



56 %

**DE LA FORMACIÓN EN
SEGURIDAD EN LOS
LUGARES DE TRABAJO**





01

_LA
SOSTENIBILIDAD
PARA DALTER
FOOD GROUP

_LA SOSTENIBILIDAD PARA DALTER FOOD GROUP

DalterFood Group tiene la ambición de ser una empresa de referencia en su sector, adoptando un modus operandi que tiene como objetivo el respeto a las personas y al medio ambiente, a 360 grados. El Balance de Sostenibilidad de DalterFood Group se ha redactado en base a una selección de los "GRI Sustainability Reporting Standards" publicados por la Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en la tabla "GRI Content Index".

El perímetro de los datos del informe y de la información económica y financiera corresponde al del balance consolidado a fecha de 31 de diciembre de 2022. Se ha quedado fuera del perímetro la sociedad comercial Baltic Cheese, en tanto en cuanto no se la considera relevante para garantizar la comprensión de las actividades y los impactos generados por el Grupo.

El presente documento:

- Es el resultado del proceso interno de recopilación de datos que comparten varios cargos de la empresa;
- Su redacción es fruto de la colaboración entre el Group Marketing & CSR Manager y un equipo de asesores externo especializado en el sector de la sostenibilidad;
- Ha sido supervisado por la dirección y aprobado por el Consejo de Administración.

El presente Balance representa la herramienta adecuada para informar sobre el compromiso del Grupo en los diferentes ámbitos ESG (Environmental, Social y Governance), con el objetivo de ofrecer una visión transparente de las estrategias, de las actividades emprendidas y de los resultados alcanzados para promover un crecimiento económico y el desarrollo de la actividad bajo el prisma de la sostenibilidad.

Con respecto al ejercicio anterior, no se comunican variaciones significativas relativas a las dimensiones, la estructura organizativa, la propiedad ni la cadena de aprovisionamiento del Grupo.

La información relativa al período de referencia se compara con la del ejercicio anterior, si está disponible, para que los datos se puedan comparar en el tiempo. Las reclasificaciones de datos relativos al periodo anterior que pudiera haber se indican expresamente en el documento. Para garantizar la fiabilidad de los datos se han utilizado estimaciones solo cuando ha sido estrictamente necesario y, cuando las hay, se han señalado oportunamente en el texto. El presente Balance de Sostenibilidad no está sometido a verificación externa.

El presente documento se encuentra a disposición de los grupos de interés mediante su publicación en el sitio web de la empresa: www.dalterfood.com.



1.1 LA AGENDA 2030: LOS OBJETIVOS DE DALTERFOOD GROUP

Para confirmar su compromiso en la promoción de un modelo de negocio que integre la responsabilidad económica, social y medioambiental en todos los aspectos y las actividades de la empresa, a partir del 2021 DalterFood Group se ha planteado una serie de objetivos que puedan contribuir a la consecución de los Sustainable Development Goals (SDGs), de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible definidos en 2015 por Naciones Unidas. Los 17 objetivos y las 169 metas asociada buscan servir de guía a los países y las organizaciones de todo el mundo en la adopción de comportamientos orientados al desarrollo sostenible, como, por ejemplo, la reducción de las desigualdades, la promoción de la prosperidad económica, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

DalterFood Group ha llevado a cabo un análisis exhaustivo y ha identificado 8 objetivos aplicables a su modelo de negocio.

LA AGENDA 2030 DE LA ONU: LOS OBJETIVOS SELECCIONADOS POR DALTERFOOD GROUP



Para vigilar la aportación del Grupo a la Agenda 2030, se ha elaborado un plan de objetivos de sostenibilidad aprobado por los responsables de las primeras líneas, cuyos progresos se analizan periódicamente en reuniones específicas. A continuación, figuran los temas y los objetivos que DalterFood Group se compromete a alcanzar:

TEMA MATERIAL	ACCIÓN	SDG
<p>INCLUSIÓN, BIENESTAR Y DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS</p> <p>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la salud y la seguridad de los trabajadores a través de la aplicación de normas y de la adopción de procedimientos controlados. • Proporcionar una formación adecuada al personal, garantizando su crecimiento • Poner en valor y potenciar el talento de los colaboradores, diseñando itinerarios profesionales • Proteger la diversidad y garantizar la inclusión a todos los trabajadores, evitando cualquier tipo de discriminación. 	  
<p>COMUNIDAD LOCAL Y TERRITORIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger el empleo creando puestos de trabajo para las comunidades locales, entablar colaboraciones con los centros académicos/ universidades • Apoyar a las comunidades locales y a los colectivos desfavorecidos con un compromiso concreto y definido • Desarrollar un sentimiento de pertenencia y poner en valor la relación con los ganaderos locales 	
<p>BIENESTAR ANIMAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar y proteger la salud, el bienestar y la libertad de los animales, involucrando a todo el sistema empresarial 	
<p>CONSUMO ENERGÉTICO Y EMISIONES</p> <p>ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar con atención la materia prima en base a criterios de sostenibilidad, garantizando la trazabilidad de su origen y el recorrido completo. • Reducir las emisiones atmosféricas • Desarrollar tipos de envases sostenibles, reciclables y reducir el plástico en la medida de lo posible • Prestar atención al consumo, en concreto, al consumo energético, limitando el uso a la cantidad indispensable para el proceso productivo • Optimizar el transporte para reducir/limitar las emisiones - logística sostenible • Prestar atención y difundir las buenas prácticas sobre reciclaje, siguiendo procesos de economía circular • Hacer un seguimiento de los recursos hídricos, sobre todo de aquellos que sean útiles para el proceso productivo, con el fin de utilizarlos de manera más responsable 	 

TEMA MATERIAL	ACCIÓN	SDG
GESTIÓN DE RESIDUOS Y DESPERDICIO DE ALIMENTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los residuos de forma responsable, trabajando principalmente en el concepto de la reducción y en la introducción de nuevas prácticas 	
DESEMPEÑO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Invertir en investigación e innovación, con el fin de garantizar productos y procesos corporativos cada vez más evolucionados y sostenibles • Favorecer el mantenimiento de una presencia intensa en los países con mayor potencial de consumo para la categoría de quesos y a los que la empresa ya exporta en la actualidad. 	 
GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO	<ul style="list-style-type: none"> • Entablar con los proveedores una relación de confianza en términos de mantenimiento de la relación, y garantizar el respeto de los estándares en materia de calidad y sostenibilidad por parte de los propios proveedores • Poner en valor el arraigo territorial, creando valor económico 	



1.2 ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y STAKEHOLDER ENGAGEMENT

La redacción del Balance de Sostenibilidad de DalterFood Group comienza con la identificación de los temas materiales, es decir, los temas más relevantes a nivel económico, medioambiental y social (incluidos los que tienen que ver con los derechos humanos). Para este segundo año de elaboración del informe, el Grupo ha actualizado el análisis de materialidad siguiendo la nueva metodología propuesta por los GRI Universal Standards, revisando el proceso de identificación de los temas materiales empezando por priorizar los impactos positivos y negativos, reales o potenciales, generados por las actividades de la empresa. Para identificar nuevos aspectos materiales que pudieran existir, así como detectar nuevas posibles tendencias respecto al ejercicio anterior de elaboración de informes, DalterFood Group ha realizado, en primer lugar, un análisis comparativo y del contexto.

Mediante un taller con los diferentes cargos de la empresa y encuestas con una muestra representativa que incluía a más de 700 personas pertenecientes a diferentes categorías de los grupos de interés (Clientes, Proveedores, Empleados), se han definido las temáticas materiales asociadas a los impactos prioritarios para el Grupo.

Las temáticas que han resultado relevantes y los impactos subyacentes figuran en la siguiente tabla:

TEMA MATERIAL	PRINCIPALES IMPACTOS	TIPOLOGÍA DE IMPACTOS	DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS
ÉTICA E INTEGRIDAD	No conformidad	Negativo Potencial	No conformidad con las leyes, normativas, estándares internos y externos aplicables con los correspondientes impactos sociales/medioambientales/económicos negativos
	Derechos humanos	Negativo Potencial	Casos de vulneración de los derechos humanos en el seno de la organización y de la propia cadena de valor
	Gestión poco ética de la actividad	Negativo Potencial	Impactos negativos en las personas y en los sistemas económicos debido a una gestión poco ética de la actividad
	Lucha contra la corrupción	Negativo Potencial	Episodios de corrupción
ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES	Extracciones hídricas	Negativo Real	Extracción de agua para fines productivos con repercusiones negativas para disponibilidad de los recursos hídricos en el territorio
	Vertidos de agua	Negativo Potencial	Vertidos de agua no sometidos a tratamientos de depuración adecuados
	Consumo de materias primas para el envasado	Negativo Real	Impacto medioambiental asociado al uso de materiales de envasado por la utilización de material no reciclable

TEMA MATERIAL	PRINCIPALES IMPACTOS	TIPOLOGÍA DE IMPACTOS	DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS
CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO	Etiquetado responsable	Negativo Real	Difusión de información imprecisa, falaz o engañosa relativa a la organización o a sus productos
	No conformidad del producto	Negativo Potencial	Episodio de no conformidad en el ámbito de la salud y la seguridad del producto
	Satisfacción de los clientes	Positivo Real	Oferta de productos y servicios que satisfacen las necesidades de los clientes
BIENESTAR ANIMAL	Bienestar animal	Negativo Potencial	Protección deficiente del bienestar y la salud de los animales
INCLUSIÓN, BIENESTAR Y DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS	Formación y desarrollo de los empleados	Positivo Real	Mejora de las competencias de los trabajadores a través de actividades de formación y desarrollo profesional, vinculadas también a objetivos de crecimiento, y evaluación personalizada
	Satisfacción y bienestar de los empleados	Positivo Real	Fomento de la satisfacción y el bienestar de los empleados a través de la implementación de actividades de bienestar y prestaciones específicas
	Empleo	Positivo Real	Creación de puestos de trabajo y contrataciones
	Retribución justa del personal	Positivo Real	Políticas de retribución que pongan en valor las competencias de los trabajadores
DESEMPEÑO ECONÓMICO	Creación de valor	Positivo Real	Generación de valor económico y distribución asociada a los grupos de interés (p. ej.: empleados, proveedores)
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	Accidentes y enfermedades profesionales	Negativo Real	Accidentes y enfermedades profesionales en el lugar de trabajo con consecuencias negativas para la salud de los trabajadores directos o colaboradores externos
	Promoción de la salud	Positivo Real	Promoción de la salud de los empleados
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES	Calidad de los productos	Positivo Real	Oferta de productos seguros de alta calidad a lo largo de toda la cadena
CONSUMO ENERGÉTICO Y EMISIONES	Consumos energéticos	Negativo Real	Consumo de energía de fuentes no renovables, con los correspondientes impactos negativos en el medio ambiente y reducción de las reservas energéticas
	Generación de emisiones de gases de efecto invernadero directas e indirectas por necesidades energéticas (scope 1 y 2)	Negativo Real	Contribución al cambio climático mediante emisiones de gases de efecto invernadero directas e indirectas por necesidades energéticas, relacionadas con las actividades realizadas en las sedes y emplazamientos del Grupo
	Generación de emisiones de gases de efecto invernadero indirectas (Scope 3)	Negativo Real	Generación de emisiones alteradoras del clima relacionadas con las actividades de producción y transporte a lo largo de la cadena de valor

TEMA MATERIAL	PRINCIPALES IMPACTOS	TIPOLOGÍA DE IMPACTOS	DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS
GESTIÓN RESPONSABLE DE LA MATERIA PRIMA LECHE	Impacto de las explotaciones en los ecosistemas y en la salud del suelo	Negativo Potencial	Impactos sobre la biodiversidad y la calidad de los ecosistemas naturales, entre otros, erosión y/o reducción de la fertilidad del suelo, también vinculados al uso de pesticidas, gestión deficiente de los efluentes y generación de metano a lo largo de la cadena de suministro
GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO	Proveedores locales	Positivo Real	Promover la compra a proveedores locales
	Impactos negativos de los proveedores	Negativo Potencial	Impactos medioambientales y sociales negativos relacionados con el aprovisionamiento de bienes y servicios por parte de proveedores
GESTIÓN DE RESIDUOS	Residuos	Negativo Potencial	Contaminación del medio ambiente por la generación de residuos peligrosos y no peligrosos

Por lo que respecta al impacto "Generación de emisiones de gases de efecto invernadero indirectas (Scope 3)", DalterFood Group es consciente de la necesidad de medir su propia huella de carbono para ser más consciente de sus impactos en el medio ambiente y adoptar, en consecuencia, todos los controles necesarios para su reducción. Por este motivo, se está llevando a cabo un proceso de evaluación del programa más adecuado para medir la totalidad de emisiones generadas por la actividad comercial (incluidas las emisiones de GEI Scope 3) que requerirá algo de tiempo, pero cuyos resultados estarán disponibles a finales del 2023.



LOS GRUPOS DE INTERÉS

DalterFood Group considera la escucha y la participación de sus interlocutores es una prioridad fundamental para entender sus necesidades y expectativas.

Con motivo de este segundo ejercicio de presentación del informe, el Grupo ha actualizado el mapeo de los grupos de interés y ha identificado las siguientes categorías:

COMUNIDADES LOCALES Y TERRITORIO



INSTITUCIONES Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



EMPLEADOS



CLIENTES



PROVEEDORES DE LECHE



PROVEEDORES



ACCIONISTAS E INVERSORES



Respecto al ejercicio que cubre el informe anterior, los grupos de interés, tales como, accionistas e inversores, instituciones y administración pública y comunidad local se han añadido para ilustrar mejor el panorama de los grupos de interés con los que el Grupo se relaciona. A continuación, se incluyen las principales modalidades de participación para cada categoría de grupos de interés:

GRUPO DE INTERÉS	MODALIDAD DE PARTICIPACIÓN
 <p>EMPLEADOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de información en los tabloneros de anuncios de la empresa • Redes sociales • Vídeos informativos • Boletines de noticias • Software corporativo • Reuniones presenciales con la dirección
 <p>CLIENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contactos telefónicos directos • Reuniones presenciales • Redes sociales • Correo electrónico • Ferias y eventos • Encuesta de satisfacción de clientes
 <p>PROVEEDORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones presenciales • Redes sociales • Correo electrónico/contactos telefónicos
 <p>ACCIONISTAS E INVERSORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones del Consejo de Administración • Reuniones periódicas

GRUPO DE INTERÉS	MODALIDAD DE PARTICIPACIÓN
 <p>COMUNIDADES LOCALES Y TERRITORIO</p>	<ul style="list-style-type: none">• Participación en asociaciones territoriales• Participación en redes de relaciones de cadena• Identificación de proyectos de apoyo a la comunidad local
 <p>INSTITUCIONES Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA</p>	<ul style="list-style-type: none">• Diálogo continuo sobre desarrollos normativos• Reuniones periódicas
 <p>PROVEEDORES DE LECHE</p>	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones presenciales• Correo electrónico/ contactos telefónicos





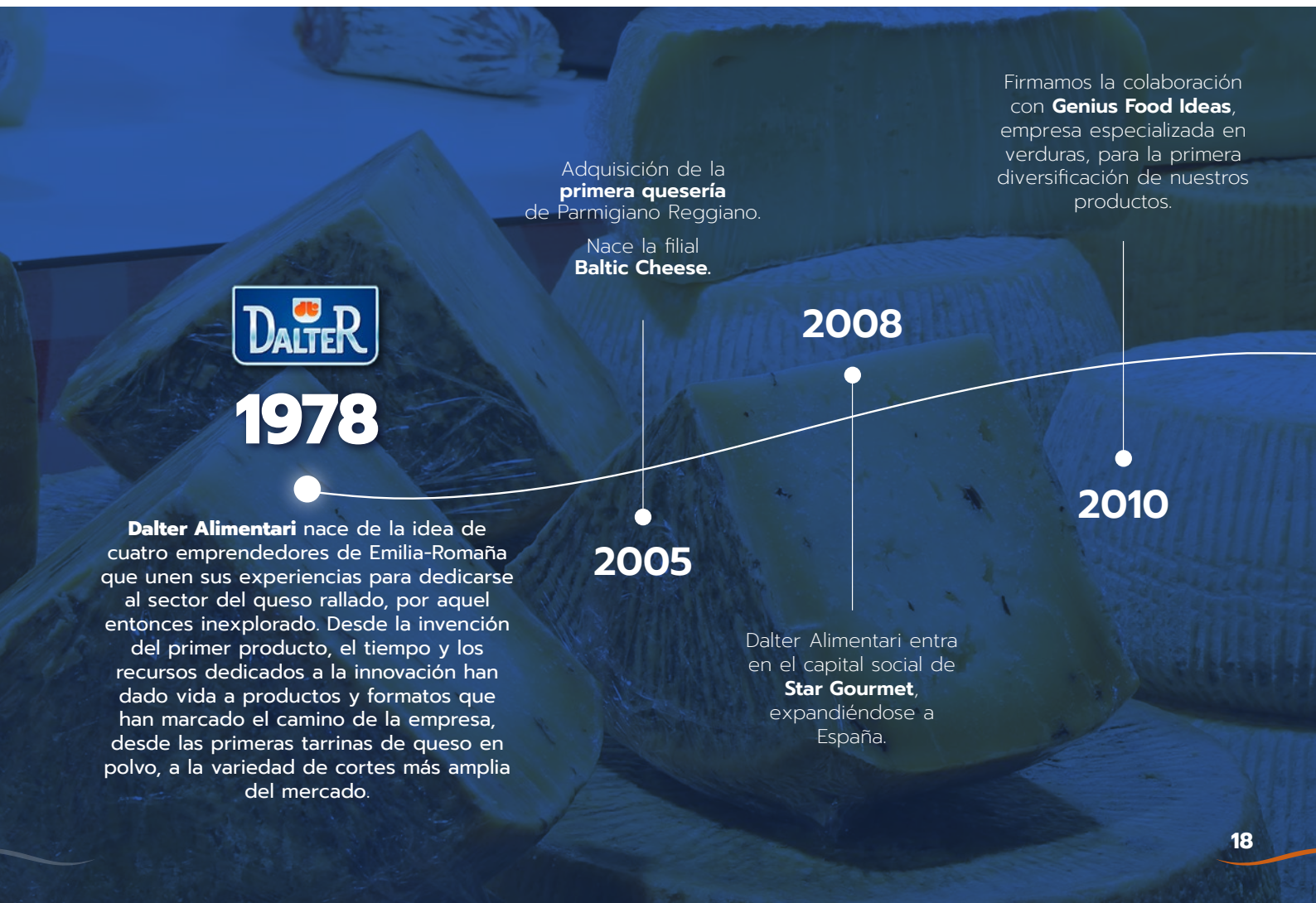


02

_2. NUESTROS VALORES

_NUESTROS VALORES

La historia de DalterFood Group es la historia del queso en polvo fresco y de un largo camino de innovación para dar a conocer al mundo la tradición quesera italiana.



1978

Dalter Alimentari nace de la idea de cuatro emprendedores de Emilia-Romaña que unen sus experiencias para dedicarse al sector del queso rallado, por aquel entonces inexplorado. Desde la invención del primer producto, el tiempo y los recursos dedicados a la innovación han dado vida a productos y formatos que han marcado el camino de la empresa, desde las primeras tarrinas de queso en polvo, a la variedad de cortes más amplia del mercado.

Adquisición de la **primera quesería** de Parmigiano Reggiano.

Nace la filial **Baltic Cheese**.

2005

2008

Dalter Alimentari entra en el capital social de **Star Gourmet**, expandiéndose a España.

2010

Firmamos la colaboración con **Genius Food Ideas**, empresa especializada en verduras, para la primera diversificación de nuestros productos.

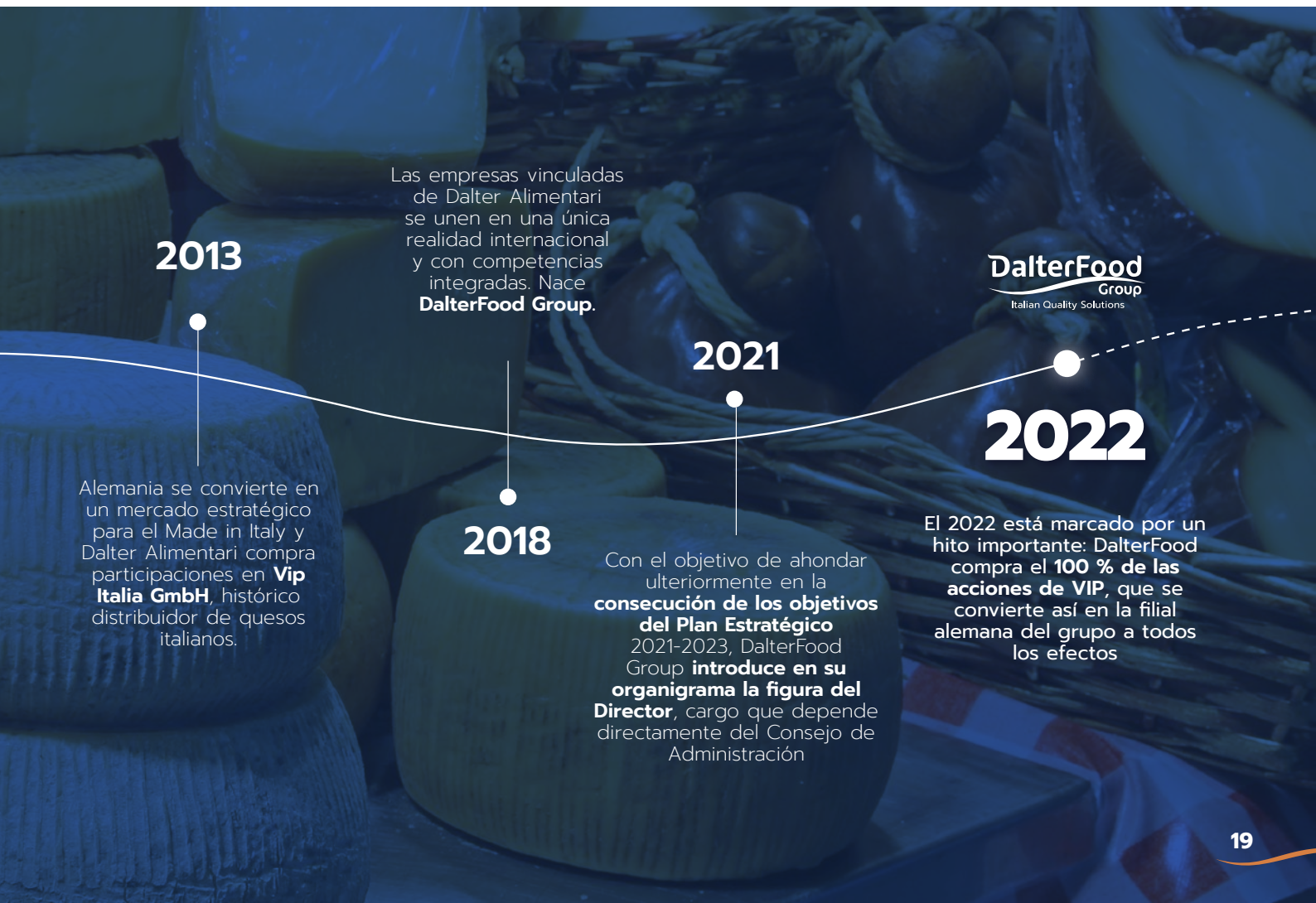
2.1 DALTERFOOD GROUP: UNA HISTORIA QUE SE REMONTA 40 AÑOS ATRÁS

Dalter Alimentari nace de la historia de un grupo de emprendedores de Emilia-Romaña que decidieron unir sus experiencias para dedicarse a un sector, entonces inexplorado: el del queso rallado.

Gracias al esfuerzo y a los recursos invertidos nació una amplia gama de productos y formatos de queso, empezando por las primeras tarrinas monodosis de queso en polvo hasta llegar a la más amplia variedad de cortes, que han marcado el camino de DalterFood.

En la actualidad el Grupo opera en diferentes mercados, de la producción a la distribución, para seleccionar las mejores especialidades alimentarias italianas en Europa y en el mundo.

Hoy en día, con nuestros más de 40 años de experiencia en la producción y el envasado del Parmigiano Reggiano, el grupo DalterFood Group uno de los principales actores del sector de la producción, corte y envasado de quesos duros y de la distribución internacional de productos alimentarios típicos de la tradición gastronómica italiana.



2013

Alemania se convierte en un mercado estratégico para el Made in Italy y Dalter Alimentari compra participaciones en **Vip Italia GmbH**, histórico distribuidor de quesos italianos.

Las empresas vinculadas de Dalter Alimentari se unen en una única realidad internacional y con competencias integradas. Nace **DalterFood Group**.

DalterFood
Group
Italian Quality Solutions

2021

Con el objetivo de ahondar ulteriormente en la **consecución de los objetivos del Plan Estratégico 2021-2023**, DalterFood Group **introduce en su organigrama la figura del Director**, cargo que depende directamente del Consejo de Administración

2022

El 2022 está marcado por un hito importante: DalterFood compra el **100 % de las acciones de VIP**, que se convierte así en la filial alemana del grupo a todos los efectos

2.2 LOS VALORES DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group se dedica a llevar la innovación a las mesas de todo el mundo con una gran impronta de la tradición alimentaria italiana, seleccionando y confeccionando con pasión los mejores quesos curados italianos DOP y otras excelencias, entre otras, el Parmigiano Reggiano, que se elabora en las dos queserías situadas sobre las colinas de Reggio Emilia.

_NUESTRA VISIÓN

“

Emocionar a todas las **personas** del mundo que **aman la buena comida** con **productos sostenibles** y con los sabores de la **tradición alimentaria italiana**.

_NUESTRA MISIÓN

“

Poner cada día a disposición del cliente nuestra capacidad de **escucha** y nuestra **experiencia** en el sector lácteo/quesero italiano, para ofrecer **soluciones personalizadas** que cuenten con pasión la historia de nuestros productos.



Cada día, DalterFood Group se compromete a transmitir sus propios valores, tales como:

INNOVAR JUNTOS



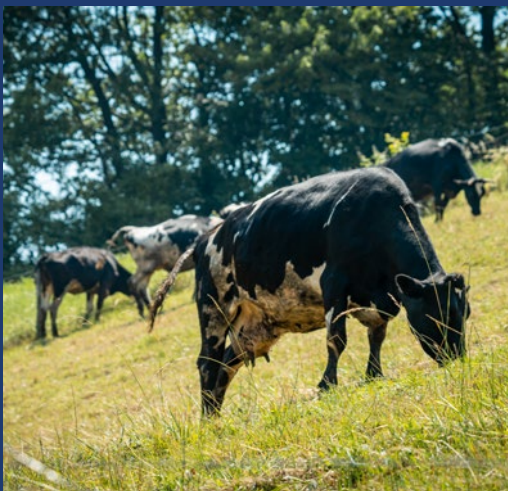
Escuchamos a los proveedores, a los clientes y a las personas para crear procesos y productos cada vez mejores.

GASTRONOMÍA ITALIANA



Respetamos y ponemos en valor la cultura de los sabores italianos y la exportamos al mundo.

CRECER DE FORMA SOSTENIBLE



Creemos en la necesidad de cuidar las relaciones y compartimos objetivos de sostenibilidad con los componentes de la cadena de producción.

GENERAR CONFIANZA



Trabajamos con transparencia y competencia para garantizar a nuestros clientes unos altísimos estándares de calidad.

2.3 GOBERNANZA Y ORDEN EMPRESARIAL

Las empresas que forman parte del nombre comercial DalterFood Group, a nivel societario, son propiedad de un grupo de emprendedores de la región de Emilia Romagna que, con el tiempo, han sabido garantizar el crecimiento, manteniendo intactos los valores y la idiosincrasia de cada sociedad.

Empresas propias que conforman DalterFood Group:



Sede central
y planta de producción
(corte y envasado)



Sociedad titular de las dos
queserías "Caseificio di Selvapiana e
Canossa" y del "Cigarello"
(suministro de leche y producción del
Parmigiano Reggiano).



Filial comercial
para el mercado de Reino
Unido

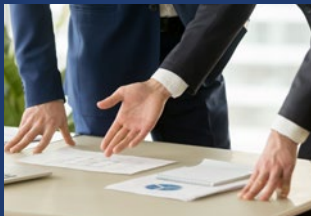


Filial comercial para el
mercado alemán

BALTIC CHEESES SIA

Suministro de quesos duros
extranjeros

Todas las sociedades se caracterizan por un modelo tradicional de Gobernanza Corporativa, que responde al país en el que la sociedad tiene su sede. El Consejo de Administración de las sociedades se encarga de la correcta gestión y administración de la actividad comercial, el Consejo de Vigilancia ejerce la función de supervisión (presente solo en las sociedades italianas), mientras que la auditoría legal de las cuentas y el control contable se encomiendan a empresas de auditoría designadas por la junta ordinaria.



Consejo de Administración

Gestiona los poderes de la empresa, salvo en los casos en los que la ley exija una autorización específica.



Consejo de Vigilancia

Tiene el deber de vigilar el cumplimiento de la ley y de los estatutos, el respeto a los principios de buena administración y, en concreto, la idoneidad del sistema de control interno.



Organismo de Supervisión

Tiene poderes autónomos de iniciativa y control y es el encargado de vigilar el funcionamiento y la observancia del modelo de organización, gestión y control de DalterFood Group conforme al Decreto Legislativo italiano 231/2001, así como de garantizar su actualización.

La matriz es **Dalter Alimentari S.P.A.**, sociedad privada con sede en via val d'Enza 134 en Sant'Ilario d'Enza (Reggio Emilia) en Italia, que opera a través de sus plantas de producción directas y comercializa sus producto tanto en Italia como en el extranjero, además de ejercer la función de dirección y coordinación de las políticas comerciales, de gestión y financieras de las filiales.

El Consejo de Administración de Dalter Alimentari S.p.A está formado por el Presidente, el Consejero Delegado y el Consejero, en representación de los propietarios, y se reúne con una periodicidad mensual con el objetivo de vigilar la evolución económica y financiera del Grupo y debatir sobre los principales aspectos de la actividad comercial. Asimismo, con una frecuencia mensual se presenta también ante el CdA la estrategia que tiene que ver con las temáticas de desarrollo sostenible, redactada por la dirección general y por los responsables de cada departamento, así como los resultados obtenidos, para su intercambio y aprobación.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN A 31/12/2022	CARGO	FECHA DEL ACTO DE NOMBRAMIENTO
STEFANO RICOTTI	Presidente	29/06/2021
ALBERTO VIAPPANI	Consejero Delegado	05/07/2021
MARTINO RICOTTI	Consejero	29/06/2021

CONSEJO DE VIGILANCIA A FECHA DE 31/12/2022	CARGO	FECHA DEL ACTO DE NOMBRAMIENTO
ALBERTO BERTANI	Síndico	26/06/2020
FRANCESCO RAVACCHIA	Síndico	26/06/2020
ANDREA SASSI	Síndico	26/06/2020
ROBERTO RINALDI	Síndico suplente	26/06/2020
FILIPPO FONTANA	Síndico suplente	26/06/2020

El CdA está compuesto solamente por los accionistas, que han designado un Director General al que corresponde la gestión estratégica y ordinaria de la actividad comercial del Grupo. El Director General es una figura independiente y no ejerce el cargo de Presidente ni de Consejero Delegado. El Director General participa en el CdA junto al Chief Financial Officer (Director Financiero), al Controller (Administrador) y al Director de Ventas. Todos los componentes del CdA y del Consejo de Vigilancia son hombres de nacionalidad italiana y con más de 50 años de edad, a excepción de un miembro en la franja de edad de entre 30 y 50 años. El 31 de diciembre de 2022, el grupo de los responsables de departamento está formado por 9 personas, 3 de las cuales son mujeres y 6 hombres, todos ellos de nacionalidad italiana.

La gestión estratégica y ordinaria de los impactos de la organización en la economía, el medio ambiente y las personas se encomienda al Director General, que cuenta con el respaldo de los diferentes responsables de departamento. Los impactos se presentan sucesivamente, en el cuadro del balance de sostenibilidad, con una frecuencia anual.

Las políticas retributivas de la Dirección General son competencia del Consejo de Administración, mientras que las de los empleados las gestiona el Director General, que ejerce también el cargo de Responsable de Recursos Humanos.

A nivel de Grupo, la relación entre la retribución total anual del individuo mejor pagado y la retribución media de los empleados (excluida la persona mejor pagada) es de 10,82.

ORGANIGRAMA DALTER ALIMENTARI S.p.A.

PRESIDENTE

Stefano Ricotti

CONSEJERO DELEGADO

Alberto Viappiani

DIRECTOR GENERAL

Andrea Guidi



SERVICIOS TÉCNICOS

L. Davoli



PRODUCCIÓN

M. Cantù



RECURSOS HUMANOS

GROUP HR MANAGER

Andrea Guidi



VENTAS

GROUP SALES MANAGER

Antonio Gizzi



ADMINISTRACIÓN,
FINANZAS Y CONTROL

CHIEF FINANCIAL OFFICER

Lorenzo Calestani



MARKETING

GROUP MARKETING&CSR MANAGER

Alessandra Caroti



INFORMÁTICA

GROUP IT MANAGER

Roberto Zanna



CALIDAD

GROUP QUALITY MANAGER

Iulia Pantea



COMPRAS

GROUP PURCHASING MANAGER

Lorena Rizzi

2.4 ÉTICA E INTEGRIDAD DE LA ACTIVIDAD

Para DalterFood Group, el respeto de los principios éticos y la transparencia en el desarrollo de la actividad empresarial son una condición necesaria a la hora de hacer empresa.

El Código Ético de DalterFood Group, aprobado por el CdA y vinculante para los empleados de todas las sociedades del Grupo, los colaboradores, los socios y los proveedores, recoge los compromisos y las responsabilidades éticas en la gestión de la actividad comercial, con el fin de crear un ambiente sano, caracterizado por un gran sentido de la integridad ética. A través de este documento, el Grupo exige adoptar una conducta que esté en consonancia con los principios de la empresa, que tenga en cuenta la diversidad cultural, social y económica. Entre los criterios de conducta general, el Código Ético de DalterFood Group tiene en cuenta los siguientes puntos:



Lucha contra los comportamientos ilícitos;



Selección y gestión del personal;



Establecimiento de la relación laboral;



Trabajo infantil y trabajo forzado;



Seguridad y salud;



Protección de la privacidad y tratamiento de la información reservada;



Igualdad de oportunidades;



Integridad y protección de la persona;



Acoso en el lugar de trabajo y abuso de sustancias alcohólicas y estupefacientes;



Deberes de los colaboradores.

Cada empleado o colaborador, en el momento de su contratación, recibe una copia del documento que está obligado a firmar. Con el objetivo de disponer de un Código Ético acorde a los cambios que caracterizan al mercado, DalterFood Group tiene prevista su actualización durante el próximo año. En el transcurso de un periodo que cubre el informe, DalterFood Group no ha registrado casos significativos de no conformidad con leyes y reglamentos.

PRINCIPIOS Y VALORES DEL GRUPO

- ✓ Honestidad y legalidad
- ✓ Imparcialidad
- ✓ Prevención y resolución de los conflictos de interés
- ✓ Emprendimiento
- ✓ Exactitud en las operaciones y transacciones
- ✓ Diligencia y precisión en la ejecución de los deberes y de los contratos
- ✓ Confidencialidad
- ✓ Calidad de los servicios y de los productos
- ✓ Valor de los recursos humanos
- ✓ Protección de la calidad, el medio ambiente, la salud y la seguridad de los trabajadores
- ✓ Equidad de la autoridad
- ✓ Seguridad y autenticidad de los productos y protección de marcas y patentes
- ✓ Integridad y dignidad de la persona
- ✓ Garantía de calidad (etiquetado, trazabilidad, clasificación, embalaje, transporte)
- ✓ Transparencia, exactitud y exhaustividad de la información



Control interno y organismo de supervisión

El Organismo de Supervisión es el encargado de gestionar la eficacia y el cumplimiento del Código Ético y del Modelo Organizativo de conformidad con el Decreto Legislativo italiano 231/2001¹.

Entre los diferentes deberes del Organismo está el de estudiar las posibles denuncias recibidas de los empleados respecto a comportamientos que contravengan el Código Ético y realizar las investigaciones correspondientes, manteniendo la máxima confidencialidad y privacidad. Así, DalterFood Group garantiza a los empleados la posibilidad de exponer sus inquietudes sin miedo a represalias o sanciones. Desde el momento de su creación, el OdS nunca ha recibido denuncia alguna.

Los empleados disponen asimismo de otras herramientas para denunciar delitos, tales como, una dirección de correo electrónico específica y dos buzones situados en el interior de las zonas de descanso de las oficinas y de la fábrica.

Por lo tanto, para la organización resulta fundamental disponer de herramientas de análisis y prevención avanzadas, como la de Risk-Based Thinking², que permitan adoptar decisiones puntuales y eficaces, a tenor de evaluaciones de riesgos y de oportunidades derivados de sus propias decisiones. El enfoque Risk-Based Thinking² se plantea, por tanto, el objetivo de alcanzar los resultados previstos, lo que permite aprovechar las oportunidades de mejora, eliminando o reduciendo en la medida de lo posible las repercusiones negativas en determinadas operaciones de la organización o situaciones ajenas a esta.

Lucha contra la corrupción y protección de la privacidad

Para proteger la privacidad de los colaboradores, DalterFood Group adopta todas las medidas necesarias para garantizar las modalidades de tratamiento y conservación de los datos más exhaustivas. Dichas normas prevén la prohibición, salvo en los supuestos que contempla la legislación, de comunicar/difundir los datos personales sin el consentimiento previo del interesado y establecen las reglas para el control, por parte de cada colaborador, de las normas de protección de la privacidad y del tratamiento de los datos de conformidad con el Decreto legislativo italiano 196/03 y de la legislación análoga vigente en el Reino Unido.

Se garantiza asimismo, que la información y los datos recopilados en el ejercicio de las actividades de la empresa se utilizan dentro de los límites y de conformidad con los procedimientos de la empresa y en el respeto a la normativa nacional del país donde opera la empresa del Grupo.

Durante el ejercicio de elaboración del informe, DalterFood Group no ha detectado episodios de corrupción ni acciones legales por competencia desleal o por vulneración de leyes

¹ El Modelo Organizativo conforme al Decreto Legislativo italiano 231/2001 es válido para las sociedades con sede en Italia, el Organismo de Supervisión es el mismo para todas las sociedades del Grupo.

² Modalidad proactiva de afrontar los problemas mediante una recopilación sistemática de información, conocimientos y acciones para afrontar la incertidumbre y las potenciales oportunidades que se deben aprovechar mediante la adopción de Sistemas de Gestión integrados.

antimonopolio y contra la libre competencia, ni reclamaciones por vulneraciones de la privacidad de los clientes y pérdida de sus datos.

Transparencia y legalidad

DalterFood Group se compromete a trabajar respetando los principios de claridad, corrección y transparencia, para conseguir que las operaciones, negociaciones y comportamientos orientados al desarrollo de su propia actividad laboral se adecuen a la máxima integridad en la gestión del Grupo, sin favoritismos con ningún grupo de interés o individuo en concreto. Todos los colaboradores de DalterFood Group están obligados a proporcionar información completa, transparente, comprensible y exacta. En concreto, en la redacción de los contratos, el Grupo procura especificar al contratante, de forma clara y transparente, todos los aspectos, las cláusulas y los comportamientos que deben adoptarse en todas las circunstancias previstas.







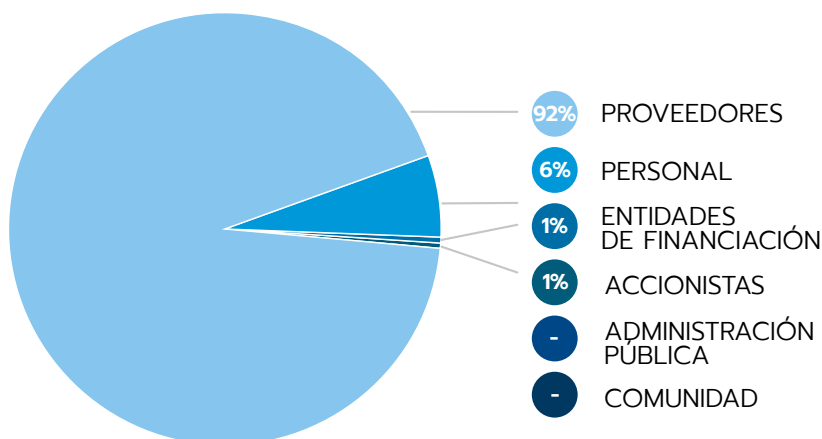
LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE DALTERFOOD GROUP

_LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group es consciente de las responsabilidades de carácter económico vinculadas a su actividad: del rendimiento económico depende el valor y distribuido³ a los diferentes grupos de interés. En 2022, el Grupo demostró una clara resiliencia, gracias a la cual ha logrado los objetivos de rentabilidad previstos en el presupuesto. Los ingresos proceden única y exclusivamente de la actividad de la empresa: la venta de productos genera el valor económico de la empresa que, bajo una perspectiva de participación basada en compartir los resultados conseguidos, se distribuye en su mayor parte entre los grupos de interés que hayan mantenido con el Grupo relaciones significativas en términos económicos, que hayan aportado valor (como el que se deriva del trabajo) y que hayan contribuido a generar el bienestar de la empresa en sus múltiples aspectos. El valor económico que queda tras la distribución lo retiene el "sistema empresarial", que acumula los recursos necesarios para el desarrollo de la organización. En concreto, el valor económico generado por DalterFood Group en 2022 es de unos 155 millones, procedentes en su mayoría del porcentaje de ingresos consolidados por el Grupo, que ascienden a unos 146 millones de euros (+15 % respecto al 2021).

	31/12/2021 ⁴ MILES DE EUROS	%	31/12/2022 MILES DE EUROS	%
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO	134272	100 %	155511	100 %
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO ⁵	128610	96 %	148221	95 %
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	5662	4 %	7290	5 %

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO IN 2022



³ El valor económico distribuido está formado por: costes operativos, retribuciones y prestaciones, pagos a proveedores de capital y pagos a la Administración Pública. Todos los datos correspondientes al cuadro de valor económico generado y distribuido se han recabado de la Cuenta de Resultados del ejercicio y se han reelaborado en base a las indicaciones de los GRI Standards.

⁴ Tras un proceso de mejora del sistema de elaboración del informe y con el fin de garantizar la comparabilidad, el dato correspondiente al valor económico generado, distribuido y retenido por el Grupo se ha revisado respecto al que se publicó en el anterior Balance de Sostenibilidad. Para los datos publicados anteriormente, le remitimos al Balance de Sostenibilidad 2021, publicado en el sitio web <https://www.dalterfood.com/>.

⁵ Cabe señalar que, en el transcurso de los ejercicios 2021 y 2022 se asignaron dividendos a los accionistas, por valor de 501 millones y 1000 millones de euros, respectivamente, mediante retirada de la Reserva de los beneficios de ejercicios anteriores.

3.1 MERCADOS SERVIDOS Y PRODUCTOS OFERTADOS

De la producción a la distribución, DalterFood Group opera en diferentes mercados, fabricando y distribuyendo las mejores especialidades alimentarias italianas a Europa y el mundo. Son dos factores principales los que determinan el éxito de del Grupo: la atención por la calidad (tanto del producto, con la selección de las mejores materias primas, como del proceso) y la inclinación por la innovación. A DalterFood Group se le debe el lanzamiento al mercado italiano del queso en polvo envasado: un producto que, junto a muchos otros presentados en el transcurso de los años, ha modificado los hábitos de consumo del queso.

Evidenciando una fuerte vocación para la innovación y la calidad, DalterFood Group ha acometido en desafíos cada vez más arduos. En concreto, tras haber consolidado su primacía en el sector del **FOOD SERVICE** y de la restauración comercial y colectiva, ha emprendido una política de internacionalización, centrada primero en los mercados europeos más exigentes y, más tarde, ampliando su radio de acción a los países extracomunitarios. En la actualidad, la empresa vende sus productos en 32 países en todo el mundo y obtiene en el extranjero el 80 % de su facturación, gracias a sus dos filiales y a su red comercial.

DISTRIBUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR ÁREA GEOGRÁFICA (AÑO 2022)



24 156 000 €
16,5 %
Italia



121 316 000 €
82,9 %
Europa



913 000 €
0,6 %
Resto del mundo



3.2 EL MODELO DE NEGOCIO, MERCADO Y PRODUCTOS OFERTADOS

EL MODELO DE NEGOCIO DE DALTERFOOD GROUP



LA RECOGIDA DE LA LECHE

La calidad de nuestra leche se deriva de **unas relaciones de confianza a largo plazo con granjas seleccionadas.**



LA PRODUCCIÓN DEL PARMIGIANO REGGIANO

Garantizamos **la excelencia de nuestro Parmigiano Reggiano** con queserías propias e inversiones continuas en formación e innovación.



EL TROCEADO DE LOS QUESOS

Gestionamos **una amplia variedad de cortes y envases** de quesos duros y semiduros, que abarcan de las porciones individuales a los formatos para la industria alimentaria.



EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Exportamos al mundo las especialidades italianas a través de **nuestra red de filiales**, logísticas y de venta.



Tal y como ya hemos apuntado en los apartados anteriores, DalterFood Group ofrece una amplia gama de quesos y de productos típicos de la cultura alimentaria italiana, cortados y envasados para responder a las exigencias de las industrias alimentarias, los operadores del *food service* y los minoristas. En concreto:

- **Quesos de pasta dura italianos DOP** (Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino Romano)
- **Quesos de pasta dura italianos sin DOP**
- **Quesos de pasta hilada** (burrata, burrata di bufala)
- **Quesos frescos** (Mozzarella, mozzarella di bufala, gorgonzola)
- **Otras especialidades italianas** (embutidos, aperitivos de verduras)

El carácter único del Grupo reside precisamente en la amplitud de la gama de productos ofertados: al Parmigiano Reggiano (punta de lanza de DalterFood Group) se suman, primero, quesos italianos muy tradicionales, como el Grana Padano y el Pecorino Romano y, luego, una selección de quesos italianos y extranjeros, como Spinoro, Mozzarella, Emmental, Edamer y Pastamore. Pero hay más: con los años se ha introducido una gran variedad de cortes – por ejemplo, cubos, hojas, pepitas, escamas, palitos y juliana – y de envases, con el objetivo de satisfacer siempre las necesidades del mayor número de clientes posible.

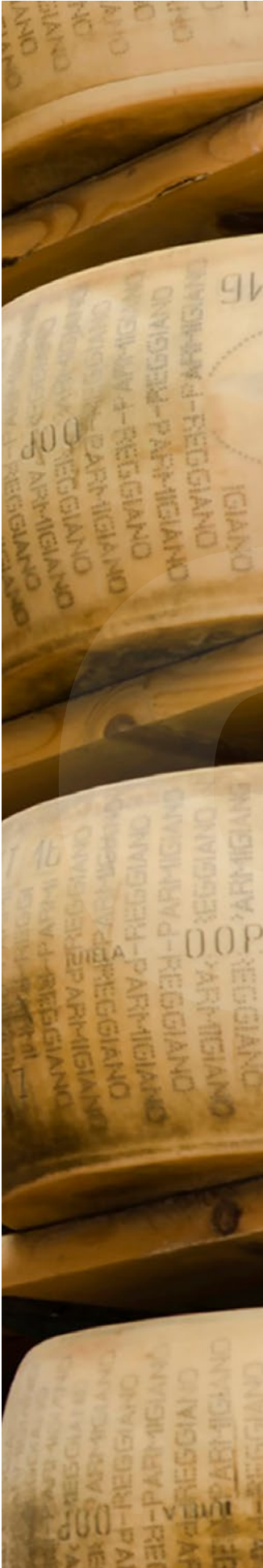
Además de crear un nuevo modelo de cadena de producción ético y equilibrado en el que prima la excelencia, el Grupo se ha esforzado para mejorar el tejido productivo local, apoyando a pequeñas empresas como las queserías de montaña. En nuestras dos queserías se producen en la actualidad 180 ruedas al día y se procesan en torno a 750 quintales de leche procedente de granjas de proximidad, ubicadas tanto en el valle como en las zonas de montaña. Esto nos permite producir Parmigiano Reggiano convencional, Parmigiano Reggiano ecológico y Parmigiano Reggiano Certificado como Producto de Montaña.

Por lo que respecta al etiquetado y a la información que figuran en todos los productos y servicios ofertados por DalterFood Group, se indica el origen, el contenido, el uso seguro y las instrucciones de eliminación correspondientes.

A este respecto, durante el año de elaboración del informe, la organización no ha detectado ningún episodio de no conformidad que haya comportado una multa, sanción, penalización, aviso, o no conformidad con los códigos de autorregulación. Además, DalterFood Group, siempre para el ejercicio 2022 al que corresponde el informe, no ha detectado casos de no conformidad con las normativas que comporten una multa, sanción o aviso en materia de comunicaciones de marketing, entre otras, publicidad y patrocinios.



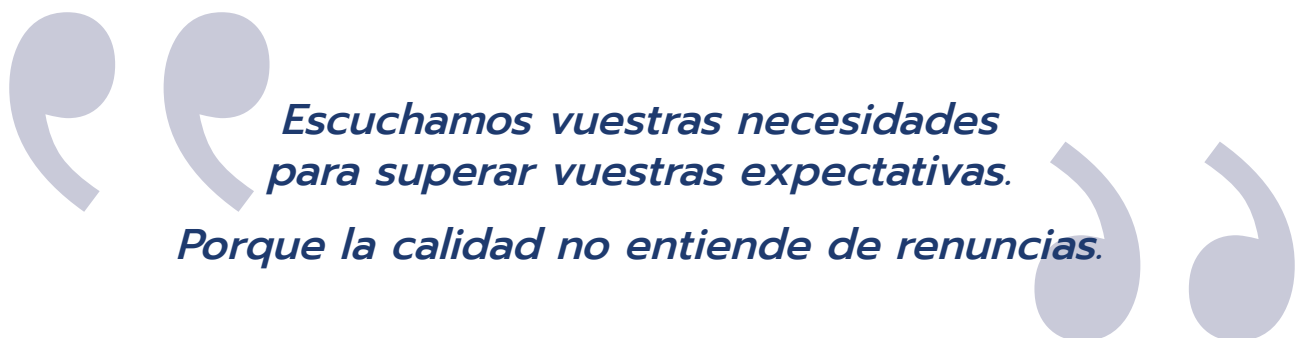




4 _GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

_ 4. GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

DalterFood Group ha trabajado muy duro para crear un modelo de cadena único, eficiente y sostenible, premiando e incentivando a todos los agentes implicados a dar el máximo para obtener un producto de máxima calidad. El Grupo controla todas y cada una de las fases de la cadena: de la recogida de la leche, pasando por la producción en sus dos queserías, hasta llegar al corte, el envasado y la distribución en el mercado italiano y extranjero.



El Parmigiano Reggiano es un **queso con DOP con una calidad superior**, único en el mercado italiano e internacional, cuya producción, desde el ordeño de la leche hasta la curación y el envasado, están regulados por el Consorcio de Tutela del Parmigiano Reggiano.

Por lo que respecta al DalterFood Group, la leche se compra a **41 proveedores** que cumplen los requisitos más rigurosos en términos de calidad y bienestar animal. No son solo proveedores, sino auténticos socios estratégicos. El espectro de granjas que colaboran con el Grupo es muy variado, tanto en términos de tamaño, ya que abarca pequeñas empresas familiares de 40 cabezas de ganado, hasta grandes realidades de 200, como en términos de ubicación, con el fin de que las dos queserías puedan estar abastecidas con leche de pastoreo, destinada a la producción del Parmigiano Reggiano tradicional, pero también con leche ecológica, leche de montaña y leche ecológica «Prodotto di Montagna di Sola Pezzata Rossa Italiana», para la fabricación de un queso único: el «Parmigiano Reggiano di Sola Pezzata Rossa Italiana».



LA PRODUCCIÓN DEL PARMIGIANO REGGIANO



Gracias a la experiencia de los queseros de DalterFood Group y al uso de leche de origen local, dentro de las queserías se elabora todos los días un Parmigiano Reggiano de excelente calidad.

La leche del ordeño nocturno llega a la quesería y se deja reposar hasta la mañana, en cubetas de acero específicas a temperatura controlada: durante la noche se produce el proceso de afloramiento de la nata, que después se destinará a la producción de mantequilla, mientras que la leche desnatada se mezcla

con la leche entera del ordeño de la mañana. Se añaden, por tanto, el cuajo y el suero-injerto, cultivo de fermentos derivado del suero de la elaboración del día anterior, proceso con el que se inicia la coagulación, que dura aproximadamente 10 minutos. El quesero rompe la leche coagulada (cuajada) en pequeños gránulos utilizando el *Spino*, una herramienta muy antigua. Este procedimiento es muy importante: es el quesero, en base a su experiencia y sensibilidad, es quien decide las dimensiones del gránulo y, por lo tanto, quien determina la calidad el futuro producto. Una vez completado este paso, se pone en marcha la operación de cocción a unos 55 grados. Terminada la cocción y tras dejarla reposar 50-60 minutos, la masa se levanta y se saca de la caldera para crear dos ruedas gemelas de Parmigiano Reggiano. Cada caldera contiene 1100





litros de leche y para producir una rueda de Parmigiano Reggiano se necesitan en torno a 550 litros de leche. Una rueda pesa de media entre 38 y 40 kg; por lo tanto, hacen falta 14 litros de leche para producir 1 kg de Parmesano. Una vez extraídas de las calderas, las ruedas se ponen a secar durante 2-3 días para luego ponerse en salmuera durante 15-17 días.

El proceso de curado posterior permite transformar una cuajada en Parmigiano Reggiano. Terminada la fase de salado, las ruedas se trasladan al almacén y se dejan reposar sobre moldes rectos de madera, donde permanecen hasta el final del período de curación. La parte externa se seca y forma una costra que, como no está tratada, es comestible. El período de curación varía desde un mínimo de 12 meses hasta 40-48 meses. Es durante este período cuando el Parmigiano Reggiano adquiere su fragancia, sus aromas, sus perfumes. Al final del 12º mes (período mínimo de curación), los expertos del Consorcio de Tutela del Parmigiano Reggiano proceden a examinar las ruedas y a seleccionarlas una a una, procedimiento conocido como verificación a martillo, para confirmar que la rueda respeta todos los requisitos de la denominación de origen protegida y que, por lo tanto, pueda presumir de la denominación "Parmigiano Reggiano" con la estampación de la típica marca de fuego. Durante la fase inicial de curación, las ruedas se cepillan, se giran y se comprueban cada día, para asegurarse de que la curación sea uniforme y perfecta.



CORTE Y ENVASADO

Las ruedas de Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano, Spinoro y de todos los demás quesos de pasta dura, tras la curación, se transportan a la planta de Sant'Ilario d'Enza para la fase de troceado y envasado. Aquí, las ruedas primero se lavan, se secan y se trocean para luego, en una segunda fase de elaboración, convertirse en cuñas, pétalos, escamas, juliana, pepitas o queso en polvo, envasado en envases de diferentes dimensiones para ajustarse mejor a las necesidades de los diferentes clientes (de los 5 gramos a los 5 kg para las bolsas, mientras que se llega a los 20 kilos para las cuñas al vacío). En Sant'Ilario también se producen las diferentes referencias de "mix", mezclas de quesos para la industria y la restauración, diseñadas específicamente y equilibradas para satisfacer todas las necesidades de elaboración, tanto para sazonar un relleno, conseguir un gratinado dorado o potenciar el sabor de una pizza congelada.

Con más de 20 líneas de producción, DalterFood Group invierte en el desarrollo de soluciones tecnológicas para ofrecer soluciones cada vez más prácticas, versátiles y capaces de garantizar la máxima frescura y seguridad de sus propios quesos. Dichas tecnologías se adoptan también bajo el prisma de la circularidad y de la reducción de los materiales utilizados con el objetivo de reducir el impacto de sus actividades comerciales con respecto al medio ambiente.



4.1 LA CADENA DE VALOR

La cadena italiana de la leche procesa 850 millones de litros de leche al año: los ganaderos italianos trabajan en condiciones a menudo más difíciles que las de sus colegas europeos, y el precio de la leche producida en Italia es, de media, más alto, debido a la morfología del territorio, a la dificultad de aprovisionamiento de las materias primas y de los piensos y también por los costes de la energía. Está previsto que en los próximos años, la demanda mundial de productos lácteos aumente y, por lo tanto, habrá que anticiparse a las demandas del mercado y reforzar los controles de garantía de la calidad de los productos ofertados, para no perder el posicionamiento estratégico alcanzado. Con este objetivo en mente, los grandes agentes del sector están preparando todos los recursos necesarios para adquirir materias primas de calidad garantizada. El modelo de cadena productiva protegida y controlada de DalterFood Group permite, no solo salvaguardar el territorio y el patrimonio agroalimentario nacional, sino también conseguir estándares de calidad elevados, asegurando a los consumidores un producto recogido, elaborado y distribuido con un impacto ambiental mínimo. En sus inicios, allá por el año 2005, el Grupo colaboraba con 5 ganaderos. En la actualidad, son 41, todos ellos en la provincia de Reggio Emilia, de los que, el 85 % se encuentran en las zonas de montaña.

LA GAMA DE PRODUCTOS DE DALTERFOOD GROUP

Cuando la producción interna dentro de la cadena no resulta suficiente para cubrir las necesidades del mercado, DalterFood Group compra a proveedores externos quesos de otros tipos, así como algunas ruedas de Parmigiano Reggiano. El Grupo presta mucha atención al aprovisionamiento de todas las materias primas, a través de la definición de rigurosos protocolos y procedimientos, fundamentales para garantizar la alta calidad que caracteriza a sus productos a lo largo de la cadena de valor. La atención a la cadena de suministro que despliega el Grupo se deriva de la necesidad de coordinar las múltiples actividades industriales que se dirigen hacia categorías de productos específicas, con el objetivo de alcanzar los niveles de eficiencia indispensables para poder seguir compitiendo también en los mercados de materias primas. Los valores de la cadena productiva y la importancia de la trazabilidad de cada paso cada vez suscitan más el interés de quien compra una botella de leche. En 2022, los proveedores de DalterFood Group ascendían a 932.



DalterFood Group está esforzando en colaborar con socios sensibles a temas relacionados con la sostenibilidad, poniéndose el objetivo a medio-largo plazo de realizar un cuestionario para valorar su nivel de sensibilidad con los temas sociales y medioambientales, y compartir su propio Código Ético antes de firmar cualquier acuerdo de colaboración.

4.1.1 | Los proveedores de leche, socios estratégicos para el Grupo



41
PROVEEDORES

que cultivan y producen de forma autónoma los forrajes



32
KILÓMETROS

el radio dentro del que se sitúan los establos



0
MESES

de espera del pago gracias al "Crédito de cadena productiva"

PROVEEDORES	2021	2022	U.M.
Total proveedores	40	41	N.
Distancia máxima entre proveedor y empresa	37	32	KM
Total de leche suministrada y procesada por la cadena al año	31897512	32606273	LITROS
Media diaria de leche suministrada	87390	89332	N.
Total de cabezas presentes en los proveedores	4972	5247	N.
Total inspecciones/auditorías anuales realizadas por la empresa a los proveedores	6	14	N.
Total de actas/no conformidades identificadas	1	0	N.

CONFIANZA MUTUA Y COLABORACIÓN

Para entablar una relación de confianza mutua, DalterFood Group ha introducido – por primera vez en el sector – el concepto de financiación de la cadena de producción, gracias a la colaboración con una entidad de crédito a la que recurre el Grupo. Mediante esta financiación, a los ganaderos se les puede pagar de inmediato a cambio de su leche, frente a una media de retraso en los pagos del sector de en torno a 12 meses y, en algunos casos, de hasta 24 meses. Esta estrategia les brinda la posibilidad de planificar las inversiones destinadas a modificar sus infraestructuras y de garantizar, por lo tanto, leche de calidad. La empresa ha puesto a disposición de los ganaderos su asesoramiento en materia financiera y legal, con el objetivo de ayudarles a crecer como emprendedores. Por último, les ha garantizado la presencia constante de especialistas en Sistemas de Gestión de la Calidad y de un tecnólogo alimentario para gestionar las granjas de conformidad con las normativas vigentes y prestar más atención al bienestar de los animales.

Además, fruto de la decisión del Consorcio del Parmigiano Reggiano de ofrecer la posibilidad de dirigir la leche destinada a la producción del Parmigiano Reggiano a otros usos en determinados momentos del año, las empresas agrícolas pueden dedicarse a la elaboración de otros productos queseros demandados por los consumidores y aprovechar las oportunidades de mercado más favorables. Para ayudar a sus proveedores en este sentido, DalterFood Group ha instalado en la quesería de Cigarello un centro de desuerado de la leche y dos frigoríficos, para ofrecer la posibilidad de almacenamiento también a otras queserías.

Contar con ganaderos fieles, que trabajan con pasión, conscientes y contentos de formar parte de un equipo y, sobre todo, protagonistas de un gran proyecto es muy importante para nosotros.



4.2 EL BIENESTAR ANIMAL

DalterFood Group está convencida de que la responsabilidad de la empresa se mide a lo largo de toda la cadena productiva y de que una comunicación transparente constituye una herramienta indispensable para permitir a los consumidores tomar decisiones de compra conscientes. Por este motivo, aunque no criamos directamente vacas lecheras, prestamos atención al tema de la ganadería y del bienestar animal.

Cuanto mejor sea la calidad de vida de las vacas, mejor será la calidad de los lácteos producidos.

El bienestar animal es un tema que suscita cada vez más interés en la opinión pública, cada vez más atenta y sensible a aspectos relacionados con la sostenibilidad, la ética y la calidad del consumo y los hábitos. DalterFood Group sigue trabajando en varios planos para avanzar en la mejora de su impacto medioambiental y de la sostenibilidad de la cadena. En primer lugar, en 2022 también ha renovado la certificación de cadena del Bienestar Animal para la cadena productiva del Parmigiano Reggiano, emitida por Certiquality con arreglo al protocolo de ClassyFarm, el organismo de referencia a nivel nacional para el Bienestar Animal.

El compromiso del Grupo con este tema se ve también en la participación de todos sus proveedores de leche, que están trabajando para obtener dicha certificación.



100 %

de las empresas agrícolas ha obtenido la Certificación Bienestar Animal



100 %

de los proveedores de leche ha recibido en el último trienio una inspección de control por parte de los veterinarios del **Consorcio del Parmigiano Reggiano**, por orden de Dalter Food Group.



10 AUDITORÍAS

de verificación realizadas por el Grupo a los proveedores para evaluar el respeto del Bienestar Animal.



Entre los objetivos a corto plazo de DalterFood Group encontramos efectivamente la voluntad de entablar relaciones de colaboración con veterinarios especializados para acompañar a las empresas agrícolas presentes en su cadena en la obtención de la certificación del bienestar animal y controlar los principales aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Certiquality es el punto de referencia de las organizaciones que desean obtener la certificación voluntaria de los productos lácteos obtenidos con leche procedente de granjas en posesión de la certificación emitida por el CReNBA en materia de bienestar animal.

Las ventajas de un producto Certiquality:

- Leche procesada procedente de granjas en posesión del certificado de Bienestar Animal emitido por el CReNBA, que evidencia que se ha superado la puntuación mínima prevista por el estándar CReNBA;
- Mantenimiento de la certificación en el tiempo;
- Garantía del respeto de las cinco libertades del bienestar animal de conformidad con la política europea en materia de bienestar;
- Todas las fases del proceso, que van desde la crianza de las vacas a la recogida, el transporte y la transformación de la leche, se mantienen bajo control mediante la aplicación de los principios de identificación y trazabilidad;
- Certiquality, entidad externa independiente, verifica el cumplimiento de los siguientes parámetros:
 - o libre de hambre, de sed y de desnutrición
 - o libre de molestias ambientales
 - o libre de enfermedades y de lesiones
 - o libre de poder manifestar las características comportamentales específicas de su especie
 - o libre de miedo y estrés.

Para obtener esta certificación, que acredita el **uso de leche suministrada por granjas que respetan los requisitos del Bienestar Animal**, las empresas deben "superar" un examen que abarca cuatro áreas macro de su actividad:



- ✓ **Gestión empresarial y del personal;**
- ✓ **Estructuras y equipos;**
- ✓ **Condiciones de vida de los animales en las granjas;**
- ✓ **Bioseguridad.**



La complejidad de esta certificación no se limita a la fase de recogida de la leche, sino que implica a todos los agentes de la cadena de producción del queso: de las 41 explotaciones productoras de la leche, pasando por las queserías de Selvapiana y del Cigarello donde se elabora, hasta los almacenes de curación, donde el Parmigiano Reggiano “madura” lentamente para después proceder al corte, división en porciones y envasado en la planta de Sant’Ilario d’Enza, hasta llegar a los almacenes del producto terminado, donde el producto espera para ser enviado a Italia y al resto del mundo. La certificación de Bienestar Animal es un reconocimiento importante, que pone en valor el trabajo de los ganaderos, sin quienes DalterFood Group nunca habría podido lograr estos resultados. Al mismo tiempo, esta certificación premia también la actividad que el Grupo ha realizado en la cadena productiva, invirtiendo en las plantas de elaboración y en los recursos humanos, con un método realmente único en el sector del Parmigiano Reggiano.

En segundo lugar, la empresa está trabajando para incrementar el número de proveedores que disponen de granjas con estabulación libre: en este tipo concreto de ganaderías, los animales pueden moverse con libertad, lo que conlleva la eliminación del malestar derivado de las limitaciones físicas que imponen las estructuras tradicionales.

Por último, gracias a la colaboración con entidades externas, DalterFood Group ha adoptado procedimientos de recuperación de la leche, que permiten destinar a otros fines el suero que se suele usar para la alimentación porcina.

DalterFood Group también es miembro de Confindustria, Confalimentare y del Consorcio del Parmigiano Reggiano.



LA BIODIVERSIDAD DEL PARMIGIANO REGGIANO

El Parmigiano Reggiano es un producto único que se caracteriza por una enorme riqueza: su biodiversidad, que depende, no solo de los forrajes, sino también de la raza bovina y de la ubicación de las queserías. De hecho, según las normas del Procedimiento del Consorcio de Tutela, solo las vacas autóctonas de la zona de producción del Parmigiano Reggiano se pueden usar en su producción, es decir: la Vaca Bianca, la Vaca Rossa, la Frisona y la Vaca Bruna y la Pezzata Rossa Italiana. Cada una de estas razas posee características peculiares, que luego se transmiten al Parmigiano Reggiano. Diversidad que empieza precisamente por los forrajes con

los que se las alimenta, que crecen en el territorio, una extensión de terreno de unos diez mil kilómetros cuadrados, comprendida entre las provincias de Parma, Reggio Emilia, Módena, Mantua, a la derecha del río Po, y Bolonia a la izquierda del río Reno. Esta localización contribuye a hacer especial este queso, dado que esta zona es rica en diferentes tipos de hierbas de forraje. Los prados, que se autorregeneran, albergan efectivamente entre 60 y 70 variedades de hierbas de forraje autóctonas, que no existen en ninguna otra parte, y que aportan al Parmigiano Reggiano un perfil sensorial único. Por último, se puede percibir en este tipo de queso una cierta propensión a adaptarse a las diferentes culturas, gracias también a sus múltiples certificaciones, que protegen al consumidor a nivel de calidad, pero que también son sensibles a su cultura de origen. El Grupo se compromete a garantizar todas y cada una de sus características y a poner en valor las cualidades que hacen del Parmigiano Reggiano un producto único y auténtico.

La Quesería Colline di Canossa e Selvapiana (n.º de registro 417) y la Quesería Colline di Canossa e del Cigarello (n.º de registro 320) son las dos queserías del Grupo dedicadas a la producción y curación del Parmigiano Reggiano.

Se trata de suelos ideales para el pastoreo que se caracterizan por una biodiversidad vegetal que ofrece a las vacas un forraje equilibrado y completo, con grandes propiedades nutritivas.

En estos suelos es donde crece la alfalfa, la planta herbácea que aporta al Parmigiano Reggiano su inconfundible sabor.

En concreto, el Grupo produce y distribuye tipologías de Parmigiano Reggiano. que forman parte de la "biodiversidad" regulada por el Consorcio:



Parmigiano Reggiano Producto de Montaña, producido en queserías de montaña, con leche procedente de ganaderías de montaña, con una curación mínima de 24 meses, de los que al menos 12 los pasan en almacenes de montaña.

Parmigiano Reggiano ecológico, producido de conformidad con los estándares de la agricultura ecológica, con leche procedente de explotaciones agrícolas que respetan estos mismos estándares.

Parmigiano Reggiano solo de Pezzata Rossa italiana, con certificado ecológico y producto de montaña, producido con leche de una sola raza de vacas, la "pezzata rossa italiana", procedente de una sola ganadería, la Explotación Agrícola Le Boccede, elaborado exclusivamente en el Caseificio del Cigarello.



El tema de la biodiversidad tiene una importancia fundamental para DalterFood Group, que proyecta y lleva a cabo sus actividades productivas respetando al máximo los lugares de procedencia de la materia prima, en todas las fases de la cadena productiva. La tutela y salvaguardia de la biodiversidad nos permiten:

- Ofrecer alimentos variados y ricos en el plano nutricional;
- Crear sistemas productivos resilientes y resistentes a las infestaciones y a los parásitos;
- Garantizar la sostenibilidad a largo plazo para estos mismos sistemas productivos.







LA GARANTÍA DE CALIDAD DEL CLIENTE AL CONSUMIDOR

_LA GARANTÍA DE CALIDAD DEL CLIENTE AL CONSUMIDOR

Para DalterFood Group es una prioridad satisfacer y proteger a sus clientes, escuchando sus necesidades y mejorando la calidad de sus propios productos y servicios.

Para conseguir este objetivo, el Grupo centra sus actividades de investigación, desarrollo y comercialización en la consecución de estándares de calidad elevados, que no se expresa solamente con certificaciones y controles rigurosos, sino que constituye un compromiso constante de la cadena al completo, de la producción dentro de las queserías a la distribución.



5.1 EL CONTROL A LO LARGO DEL PROCESO PRODUCTIVO Y SOBRE LAS MATERIAS PRIMAS

"Cuando el producto llega hasta nosotros, es nuestro deber transformarlo en algo valioso.

A pesar de confiar en la calidad del queso que recibimos, realizamos constantes controles químicos, organolépticos, microbiológicos y nutricionales, tanto en la materia prima como en el producto final.

Para nosotros es fundamental la cuestión de la responsabilidad de la calidad del producto que introducimos en el mercado.

Más que productores, somos empacadores subsidiarios o *copackers*. Esto significa que importantes empresas de la gran distribución ponen su marca en aquello que nosotros producimos".

Iulia Pantea

*Group Quality Manager
DalterFood Group*



Mediante la sociedad Colline di Canossa, DalterFood Group ha creado un sistema que premia la calidad de la leche y que trasciende los parámetros exigidos por el Consorcio de Tutela, cuyos resultados son un mejor rendimiento del producto y una reducción de los defectos del queso. El compromiso de la empresa a este respecto no se limita solo a garantizar una calidad de producto elevada, sino que se manifiesta también en una comunicación clara, transparente y completa a sus clientes, que les permita tomar decisiones de compra conscientes.

Para consolidar los controles relativos a la calidad, el Grupo ha iniciado un proceso de reorientación del departamento de calidad con vistas a su centralización, mediante la contratación de nuevo personal y el nombramiento de un responsable de Grupo como figura de coordinación para los responsables de los demás departamentos. Además, en 2022 DalterFood Group se comprometió a elaborar un plan de formación específico y programó la revisión del manual de seguridad alimentaria para definir de manera centralizada y clara las directrices de obligado cumplimiento para su adopción. El objetivo de dicha reorientación es la creación de un equipo intercambiable que pueda garantizar la continuidad de la actividad comercial.

5.1.1 | Seguimiento y localización

Para la venta y distribución de sus productos, DalterFood Group, conforme a lo expuesto con mayor detalle en el Modelo Organizativo conforme al Decreto Legislativo italiano 231/01, se compromete a respetar las normativas vigentes en cada momento en materia de etiquetado, trazabilidad, clasificación, embalaje y transporte que regulan el sector alimentario.

A tal efecto, DalterFood Group garantiza el cumplimiento de los requisitos informativos conforme a derecho, en base a los siguientes criterios necesarios:



Las características del alimento no deben ser engañosas

(naturaleza, identificación, propiedades, composición, cantidad, tiempo de conservación, país de origen y lugar de procedencia, método de fabricación o de producción);



Precisión, claridad y comprensión:

exactitud, facilidad de lectura, inteligibilidad por parte del consumidor medio.

De hecho, DalterFood Group es responsable de la información relativa a los alimentos y garantiza la exactitud y veracidad de las mismas con arreglo a la normativa aplicable, con el fin de garantizar la trazabilidad del producto, la protección del consumidor y de su derecho a elegir con conocimiento de causa.

En sus etiquetas, el Grupo comunica de forma rigurosa la siguiente información:

- El origen de los ingredientes del producto
- El contenido, en concreto, para las sustancias que pueden tener un impacto significativo a nivel medioambiental o social
- El uso seguro del producto
- La eliminación del producto y los correspondientes impactos medioambientales o sociales.

La verificación de dichos parámetros se hace también mediante auditorías específicas. A continuación, facilitamos los datos relativos al ejercicio analizado.

AUDITORÍAS E INSPECCIONES REALIZADAS	2022
OCQPR	260
BRC-IFS	1
ICEA (ecológico)	2
ISO22005 - Queso Parmigiano Reggiano	1
MIPAFF	1
Servicio veterinario	10
Cientes	7

5.2 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

DalterFood Group se compromete desde siempre a garantizar a los clientes un producto seguro y fiable, siendo la calidad un objetivo primario. Esta misión se traduce en un gran número de controles de producto, de proceso y de ambiente, realizados tanto internamente como por trabajadores externos cualificados.

Por lo que respecta a los procesos productivos, testimonio de la constante atención hacia los estándares de calidad son las importantes y diversas certificaciones que DalterFood Group ha conseguido y que se resumen en la tabla que incluimos a continuación:

					
	✓	✓	✓		
				✓	
	✓		✓		
	✓	✓	✓		
	✓		✓	✓	
					✓



Por lo que respecta a las materias primas y a los embalajes, el Grupo ha revisado por completo el procedimiento de aprobación de los proveedores, con el fin de reforzar los controles correspondientes a los procesos de compra. Por lo tanto, todos los proveedores deben:

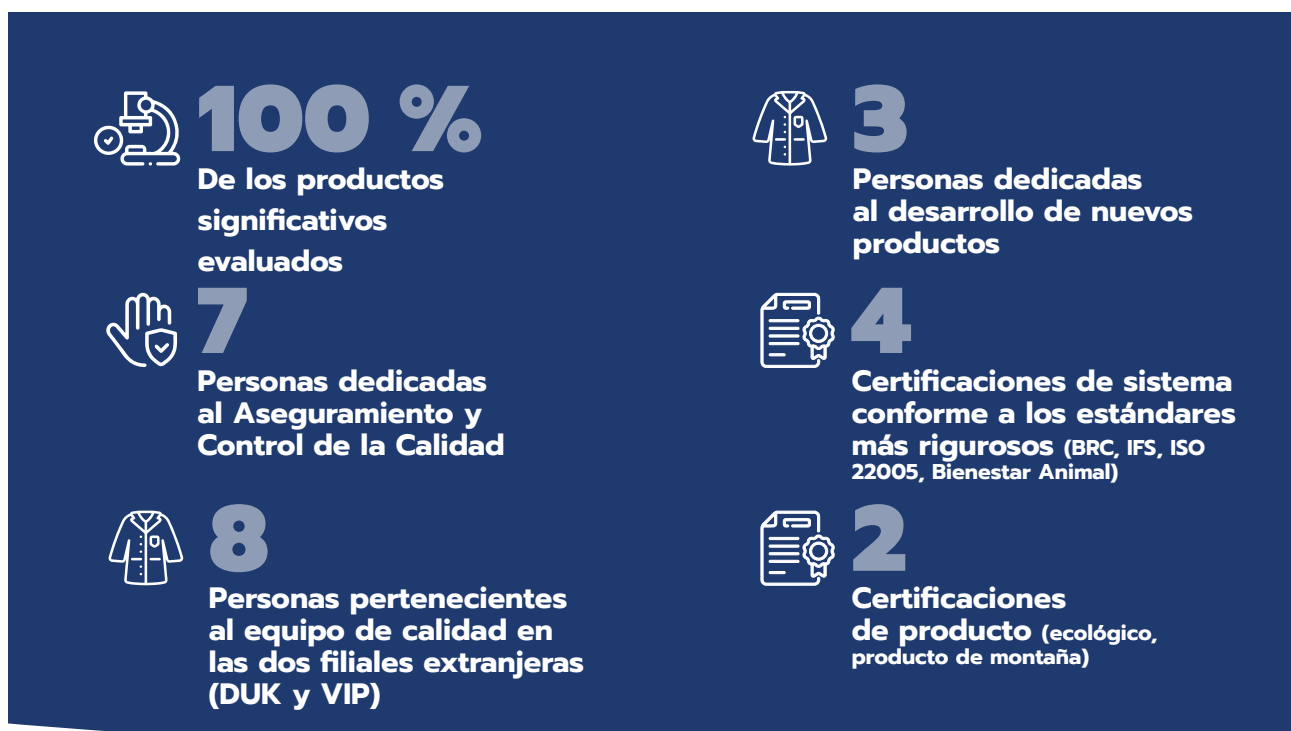
- Figurar en la lista de proveedores aprobados por el Departamento de Aseguramiento de la Calidad, aportando la documentación oportuna relativa a los productos y la actividad desarrollada;
- Estar en posesión de un sistema de calidad documentado que incluya la autoauditoría interna;
- Disponer de toda la documentación que acredite la conformidad para entrar en contacto con los alimentos de todos los embalajes destinados al envasado de los productos.
- Suministrar productos derivados de materias primas sin OGM y conformes con los reglamentos europeos CE 1829/2003 y CE 1830/2003;
- Suministrar productos que no hayan estado expuestos a radiaciones ionizantes. Además, los proveedores de productos de Marca Blanca deben estar en posesión de la certificación de sistema GFSI (BRC/IFS/ISO22005) o someterse a auditorías de aprobación por parte del Departamento de Aseguramiento de la Calidad.

El Grupo tiene prevista asimismo la introducción, a partir del 2023, del Supplier Code of Conduct (Código de Conducta para Proveedores), cuya suscripción será vinculante para todos los proveedores, bajo el prisma de la transparencia, la tutela y la garantía de cumplimiento de los principios y valores del Grupo a lo largo de toda la cadena de suministro.

Además, en octubre de 2022, con respecto a la quesería de Cigarello y al centro de envasado de Sant'Illario d'Enza, el Grupo ha iniciado un proceso para la obtención de la certificación HALAL, que acredita que los productos y procesos industriales (incluidos los envases) se adecuan a las normas éticas e higiénico-sanitarias, la legislación y la doctrina del Islam y, por lo tanto, se pueden comercializar en todos los países de religión islámica.

La preocupación y la atención de DalterFood Group por la protección de la salud y la seguridad de sus consumidores, se ha demostrado siempre con la rigurosa observancia de los códigos de autorregulación en materia de salud y seguridad de productos y servicios.

El compromiso de DalterFood Group se traduce en:



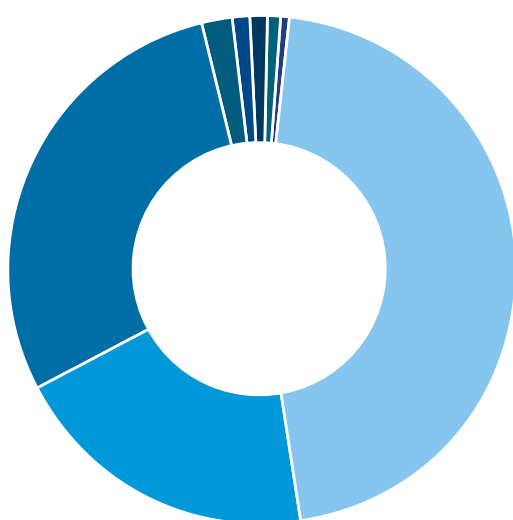
5.2.1 | La atención a nuestros clientes

La actividad de la empresa está centrada en el canal B2B, gracias a enfoque asesor desarrollado durante años, a la calidad de sus productos y a un servicio de otro nivel. Con el paso de los años, se han consolidado colaboraciones especiales muy sólidas:

- **En el canal minorista**, para el que produce y envasa productos de marca;
- **En el canal industrial**, en todos los sectores en los que el queso es un ingrediente con un gran valor añadido: desde la producción de platos preparados frescos y congelados, pasando por las ensaladas listas para consumir, las pizzas, la pasta rellena hasta las salsas;
- **En el canal de la restauración** desde las cadenas de restauración, pasando por la restauración colectiva, hasta el sector emergente de los kits de comida y de las empresas de entrega a domicilio.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN	% 2021	% 2022
GDO	50,0 %	46,1 %
Venta al por mayor	17,8 %	19,7 %
Industria	26,2 %	28,7 %
Venta al por menor	2,0 %	1,9 %
E-food	1,6 %	1,3 %
Catering de contratación	1,2 %	1,1 %
Cadenas de restaurantes	0,8 %	0,8 %
Otros	0,5 %	0,4 %

DALTERFOOD DISTRIBUTION CHANNELS



_LAS DECISIONES QUE GUÍAN A LOS CLIENTES DE DALTERFOOD GROUP

La Dirección de la Empresa se impone, por lo tanto, el objetivo principal de respetar las expectativas de los Clientes, a través de un proceso testado durante años y bien arraigado en cada nivel de la empresa, en el que cada necesidad del cliente se traduce en una técnica específica que se registra en el Sistema de Calidad, se formaliza y se comprueba periódicamente con la retroalimentación recibida del propio cliente.

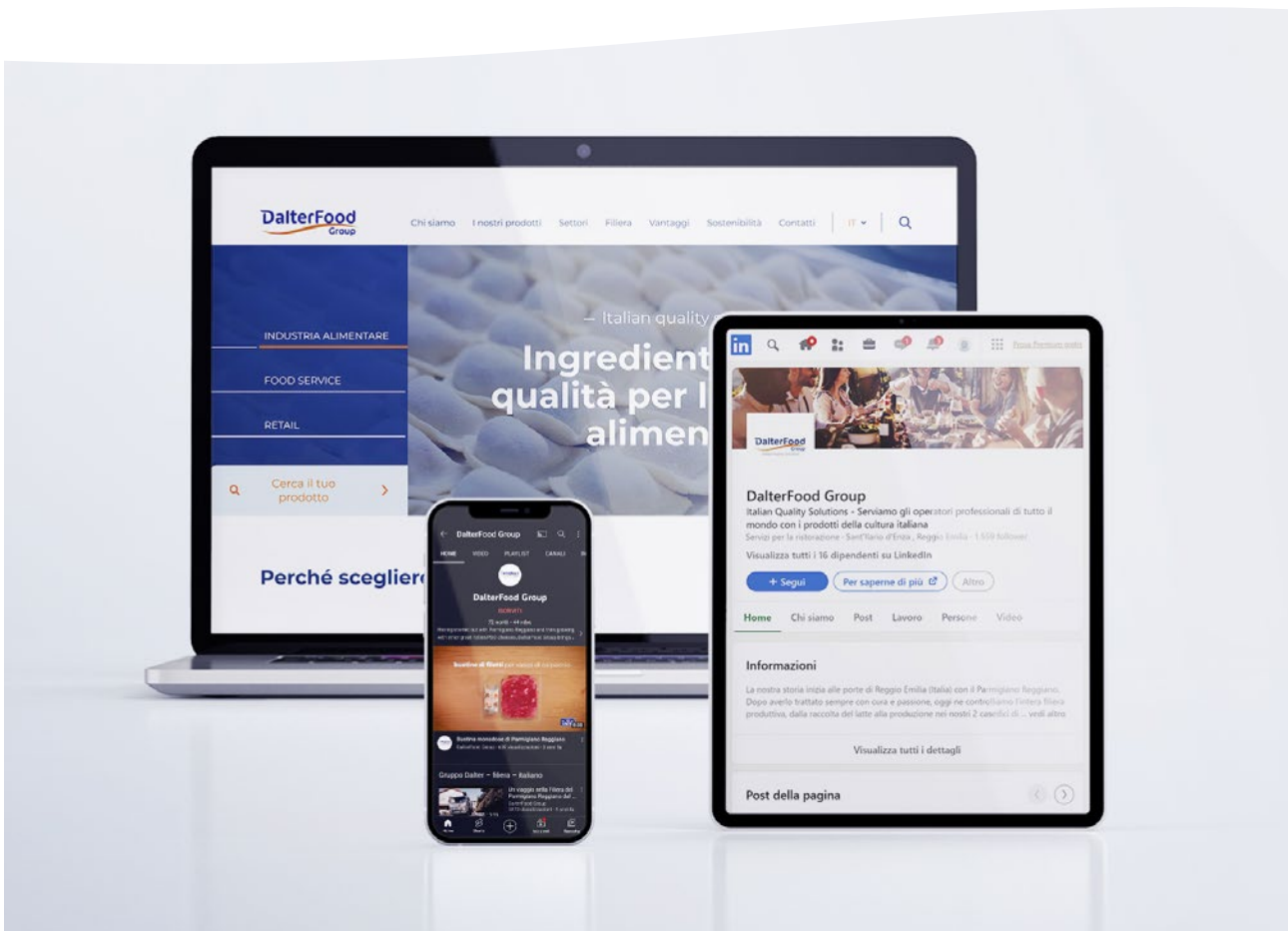
Para DalterFood Group, escuchar a los clientes es una herramienta indispensable para observar desde más cerca las necesidades, demandas y características de cada empresa, profundizando más allá del proceso de compra. La interacción directa con el cliente permite al Grupo captar las exigencias específicas de cada uno, para ser capaces de satisfacerlas al máximo, con soluciones **AD HOC**. La voluntad del Grupo de hacer suyas las expectativas de sus clientes, se demuestra también con el hecho de que cada año se realiza una encuesta de Customer Satisfaction (Satisfacción del Cliente), con el objetivo de recabar información para la mejora continua del servicio prestado.



Comunicación

Más de treinta años de actividad y crecimiento constante han permitido al Grupo consolidar su reputación y credibilidad: preciados recursos intangibles que nos permiten afianzar las relaciones con los clientes y los grupos de interés en general. La reputación de la marca resulta también una ventaja fundamental en las estrategias de desarrollo y crecimiento en los diferentes mercados.

La comunicación externa hoy en día se gestiona a través del sitio web de la empresa y de los principales canales sociales y, en concreto, a través del perfil de LinkedIn de DalterFood Group, que en el último año ha registrado un crecimiento en términos de seguidores y de interacciones con los clientes.







_LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

_LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Hoy más que nunca, tanto las empresas como la población en general perciben y consideran urgentes los peligros derivados de los riesgos climáticos.

DalterFood Group se compromete a combatirlos a través de la implementación de diferentes iniciativas orientadas a la mitigación, adaptación y compensación de su propio impacto ambiental, así como a contribuir a la realización del Objetivo 13 de la Agenda 2030 ("Lucha contra el Cambio Climático"), a través de la promoción de una cultura corporativa orientada a la sostenibilidad medioambiental.



6.1 CIRCULARIDAD EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE DALTERFOOD GROUP

DalterFood Group ofrece una amplia gama de productos en términos de tipología de quesos, que abarca desde quesos italianos (con y sin D.O.P.) y extranjeros, así como en términos de peso y formato, que oscila de los 3 a los 45 kg (producto en polvo, en escamas, troceado, etc.).

Las principales materias primas utilizadas por el Grupo son leche y quesos, que se compran como insumos para la producción; mientras que, para su distribución (packaging) se utilizan principalmente etiquetas y cartón ondulado. Con respecto a la totalidad de las materias primas utilizadas, las cantidades correspondientes al 2022 se han mantenido en niveles prácticamente estables respecto al 2021, a excepción de las etiquetas y el cartón ondulado, que han aumentado un 17 % y un 36 %, respectivamente, lo que refleja el aumento de la producción registrada durante el año.

Por la naturaleza de su propia actividad, DalterFood Group no produce desperdicios alimentarios: en concreto, todos los residuos procedentes de las producciones se utilizan en otros productos (por ejemplo, las escamas de queso defectuosas que, por tanto, no se pueden vender al cliente final, se utilizan en la producción de queso en polvo), o se destinan a usos zootécnicos (es el caso de la llamada Categoría 3, es decir, subproductos no aptos para la venta).

Todas las líneas de envasado se organizan de acuerdo con las siguientes fases productivas:



Las cintas transportadoras y elevadoras están presentes en líneas individuales. El queso se desplaza entre una línea y otra (por ejemplo, del lavado al corte, del corte al envasado primario) de los operadores que se encargan del correcto funcionamiento de la línea y de los equipos correspondientes y, cuando no está automatizada, del encajado final de los envases. Para la distribución de los productos a los clientes se utilizan palés de plástico o madera. Por lo que respecta al uso de palés, desde el año 2020, DalterFood Group entró en el circuito CHEP, plataforma que se encarga de la gestión eficiente de este recurso. En concreto, esta iniciativa tiene el objetivo de asignar, según las necesidades de las empresas presentes en el circuito, palés que ya están en circulación, lo que reduce por tanto el uso de materiales necesarios para su producción desde cero y las emisiones derivadas de su transporte desde la sociedad productora al cliente usuario del bien. A este respecto, pertenecen al circuito CHEP el 40 % de los palés de madera y el 7 % de los palés de plástico.

6.1.1 | Sostenibilidad de los envases

DalterFood Group opera en un contexto en continua evolución, tanto en términos normativos, como tecnológicos y organizativos. A tal efecto, en el transcurso de los últimos años, las actividades implementadas por el departamento de I+D del Grupo se han centrado en la adopción de todas las medidas necesarias para ajustarse a las nuevas directivas europeas en la materia.

El Grupo se compromete a introducir nuevos modelos de producción y consumo que sean sostenibles a medio y largo plazo. La sostenibilidad en la elección de materiales ecosostenibles para el packaging representa para DalterFood Group un recorrido sujeto a mejora continua. En concreto, desde 2019, hemos comenzado a trabajar en la transición de las líneas de envasado de multimaterial a monomaterial, lo que permite el reciclaje de este último en la cadena específica. A día de hoy, este cambio de transición se ha podido realizar solo en las líneas flexibles de las porciones individuales y las monodosis, pero estamos trabajando para ampliarlo al resto de líneas. Además, hace tiempo que DalterFood Group trabaja en la reducción del grosor de los plásticos y en la optimización de su configuración.

Como demostración el compromiso que mantiene con el medio ambiente, el Grupo utiliza materiales de entrada reciclados para la producción: en 2022, pertenecen a dicha categoría el 80 % del cartón ondulado y el 9 % de los embalajes de plástico.

Además, en el proceso de elaboración del queso se generan a diario algunos productos secundarios (subproductos), destinados a un uso industrial: en concreto, el suero de leche, que se destina a la concentración para extraer una serie de proteínas que se emplean en la industria cosmética y/o farmacéutica, y la nata para mantequilla, que se destina a la producción alimentaria de este alimento, por lo que ambos se recuperan al 100 %.

A la actividad de Investigación y Desarrollo, que está desarrollando nuevos procesos para mejorar la eficiencia y la reciclabilidad de los envases, el Grupo ha añadido nuevas iniciativas orientadas a reducir el uso del plástico de un solo uso, concienciando a todos los empleados



sobre este tema (p. ej.: dispensadores de agua, botellas, etc.).

Por lo que respecta a la **gestión de residuos**, tema complejo y no exento de ciertos aspectos críticos asociados a la variedad de materiales que deben someterse a eliminación, DalterFood Group se compromete a reducir la cantidad de residuos generados, en un intento por desarrollar procesos de elaboración cada vez más eficaces. En concreto, existen tres sistemas de recogida selectiva de residuos:

- Dos compactadoras de plástico y cartón;
- Big bag para la recogida de monomaterial PE (polietileno transparente), un tipo de plástico concreto que sigue un proceso específico al final de su vida útil;
- Indiferenciado genérico.

Dichos sistemas permiten clasificar los residuos tanto en los lugares de producción como dentro de los departamentos y, en consecuencia, aumentar la fracción de residuos destinada a recuperación y reutilización.

En 2022, los principales **tipos de residuos** generados fueron:

- Hierro y acero, con un peso total de 5,2 toneladas (+ 61 % respecto al 2021). Dicho incremento refleja el aumento de la producción en general;
- Lodos de tratamiento de afluentes, con un peso total de 27,6 toneladas y una reducción del 12 % respecto al año pasado, debida a la instalación de un nuevo sistema de depuración;
- Embalajes de plástico, con un peso total de 50,3 toneladas (+ 31 % respecto al 2021). La reducción se debe a los avances continuos realizados en la generación y la gestión de los embalajes de plástico;
- Embalajes de papel y cartón, con un peso total de 47,1 toneladas, registrando un aumento del 41 % respecto al 2021 atribuible a la instalación de la compactadora, que ha permitido desechar mejor el producto y, por tanto, aumentar dicho residuo.

Además, desde 2022 se ha empezado a declarar la cantidad de **equipos retirados del uso**, por valor de 8 toneladas, y de embalajes mixtos, por valor de 13 toneladas, mientras que, también para este ejercicio, se confirma la ausencia de residuos peligrosos.

El compromiso de DalterFood Group seguirá creciendo en los próximos años con la persecución de **objetivos ambiciosos**, asumibles a través de los siguientes flujos:

- Optimización de los cartonajes y paletizados de los productos;
- Reducción del gramaje de los embalajes primarios y secundarios;
- Uso de plástico reciclable y reciclado.
- Experimentación de materiales alternativos al plástico, que preserven de la misma forma la calidad del producto o permitan garantizar las mismas características de vida útil, aroma y frescura que los envases estándar, como, por ejemplo, el uso de hojalata de acero.

6.2 CONSUMOS ENERGÉTICOS Y EMISIONES

Los principales vectores energéticos utilizados por DalterFood Group son el gas natural y la electricidad, para la producción (iluminación, gestión y funcionamiento de los equipos, las calderas y las líneas de producción) y gasóleo y gasolina para la flota de vehículos corporativos.

Por lo que respecta a los consumos internos del Grupo, en 2022 se registró un aumento tanto en el consumo de electricidad, por un total de 13 491 GJ (+7 % respecto al 2021⁶) como de gas natural, con un valor de 26 559 GJ (+3 % respecto al 2021) atribuibles principalmente al aumento en paralelo de la producción.

Por el contrario, por lo que respecta a la flota de la empresa, respecto a l año anterior se ha producido un aumento de la gasolina por un total de 233 GJ (+36 %) y una reducción en el consumo de gasóleo por un total de 1101 GJ (-8 %). En líneas generales, el final de la pandemia ha permitido restablecer las actividades laborales anteriores al estado de emergencia, lo que ha producido un mayor número de desplazamientos en consecuencia.

A continuación, incluimos una estimación del cálculo del consumo medio respecto a los volúmenes de producción.

CONSUMOS MEDIOS	Unidad de medida	2021	2022
Volúmenes de producción	Kg	12874000	13175000
Electricidad	kWh/kg	0,27	0,28
Gas natural	m3/kg	0,050 ⁷	0,051
Gasóleo	l/kg	0,0024	0,0022

⁶ Tras un proceso de mejora del sistema de elaboración del informe y con el fin de garantizar la comparabilidad, el dato correspondiente al total de los consumos energéticos se ha revisado respecto a los publicados en el Balance de Sostenibilidad anterior. Para los datos publicados anteriormente, le remitimos al Balance de Sostenibilidad 2021, publicado en el sitio web www.dalterfood.com

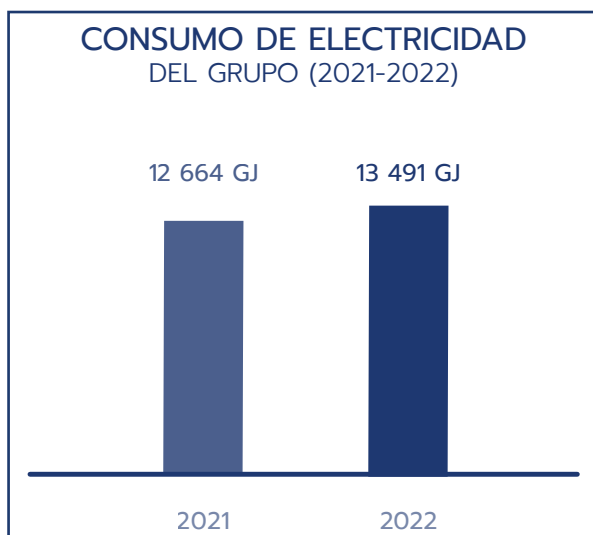
⁷ Tras un proceso de mejora del sistema de elaboración del informe y con el fin de garantizar la comparabilidad de los datos, el detalle relativo al consumo medio del gas natural se ha revisado respecto al que se publicó en el anterior Balance de Sostenibilidad. Para los datos publicados anteriormente, le remitimos al Balance de Sostenibilidad 2021, publicado en el sitio web www.dalterfood.com



DIAGNÓSTICO ENERGÉTICO

En 2022, DalterFood Group sometió a diagnósticos energéticos a la Quesería de Cigarello y Canossa, la Quesería Colline di Selvapiana y Canossa y la planta de producción de Dalter Alimentari S.p.A., con el objetivo de identificar acciones de mejora en términos de eficiencia energética y de costes y adoptar un plan de acción en consecuencia para reducir aún más las externalidades negativas con respecto al medio ambiente.

Por lo que respecta a las queserías, el consumo se deriva principalmente de la actividad de la maquinaria, las calderas, las celdas y el control de la temperatura del almacén. En la sede de Sant'Ilario, por el contrario, la energía se utiliza para el funcionamiento de la maquinaria, las celdas y las oficinas.



En concreto, del diagnóstico realizado para la Quesería de Cigarello y Canossa se infirió que, al no existir en la actualidad ningún sistema de vigilancia de los consumos energéticos, es necesario valorar su introducción en los próximos años, para mantener bajo control las líneas más energívoras de la quesería, así como valorar la instalación de un sistema fotovoltaico para la generación de electricidad a partir de fuentes renovables y de un sistema de Gestión Energética basado en la web.

La Quesería Colline di Selvapiana y Canossa en la actualidad ya está controlada por un sistema de vigilancia, al que habría que añadir también la vigilancia de las líneas eléctricas, para mantener

bajo control los consumos eléctricos de las instalaciones más energívoras. Considerando el proyecto actual en curso para la instalación de un sistema fotovoltaico de 100 kWh, también en este caso se ha sugerido evaluar la posibilidad de instalar un sistema de Gestión Energética basado en la web.

No obstante, el diagnóstico realizado por Dalter Alimentari S.p.A ha determinado que los sistemas de vigilancia actualmente en uso ya son óptimos. Además, sobre la base de los resultados de la evaluación, la Sociedad está estudiando:

- La posibilidad de intervenir para la optimización de la central de aire comprimido con el fin de mejorar la expulsión del aire caliente, que mantenga la central en un ambiente limpio y fresco;
- La adopción de un sistema de gestión de la energía ISO 50001;
- La instalación de un sistema de cogeneración alimentado con gas natural;
- La instalación de un equipo solar térmico "VIRTU HOT"⁸;
- La instalación de un nuevo sistema fotovoltaico.

⁸ Nueva tecnología con colectores solares de vacío, desarrollada por la empresa Naked Energy "VIRTU HOT" para la generación de energía térmica. En este caso en concreto, la energía térmica generada por el equipo se utilizaría para precalentar el agua que entra al generador de vapor, lo que garantiza un menor consumo de agua generando el mismo vapor.

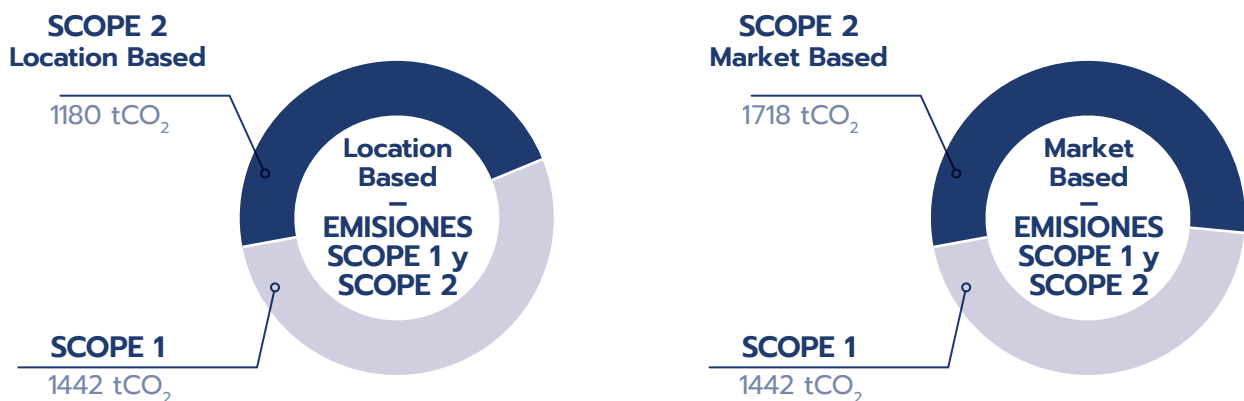
LAS EMISIONES

DalterFood Group vigila las emisiones de gases de efecto invernadero (Scope 1 y Scope 2), consciente de su impacto en el clima, en concreto:

- **Scope 1:** incluye las emisiones directas generadas por la empresa, cuyo origen es propiedad o está bajo el control de la empresa, tales como, combustibles utilizados para la calefacción y para los medios operativos necesarios para la actividad de la empresa.

- **Scope 2:** incluye las emisiones indirectas generadas por la energía comprada y consumida por la empresa. En concreto, de conformidad con los requisitos de las normas de elaboración de informes GRI, estas últimas se calculan conforme a las metodologías Location-Based y Market-Based, utilizando factores de emisión reconocidos a escala nacional e internacional.

A nivel de Grupo, en 2022 las emisiones directas del Scope 1⁹ fueron de 1442 tCO₂e, mientras que las indirectas del Scope 2¹⁰ fueron de 1180 tCO₂, bajo el enfoque Location-Based, y de 1718 tCO₂, calculadas con el método Market-Based.



⁹ Para el cálculo de las emisiones de Scope 1 se han utilizado los factores de emisión "DEFRA 2022". Estas últimas se expresan en toneladas de CO₂, en tanto en cuanto la fuente utilizada no comunica los factores de emisión de otros gases distintos del CO₂.

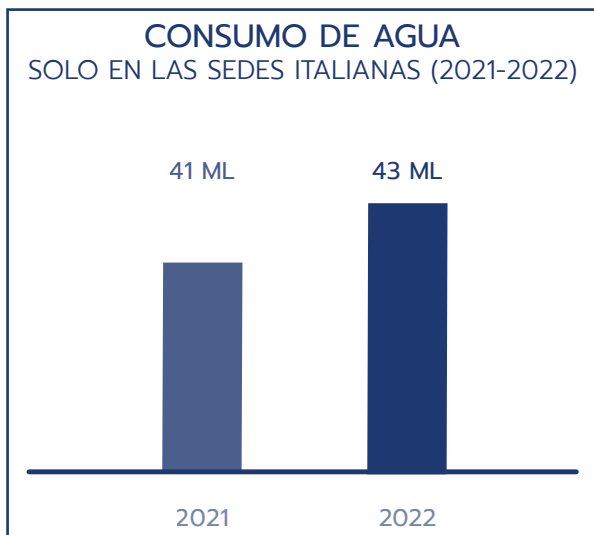
¹⁰ Los GRI Sustainability Reporting Standards prevén dos metodologías de cálculo de las emisiones de Scope 2, el "Location-based method" y el "Market-based method". Para el Market-Based se tienen en cuenta las emisiones de CO₂ derivadas de la electricidad comprada a proveedores externos mediante un contrato en firme, y que se puede calcular a partir de: certificados de Garantía de Origen de la energía y contratos directos con los proveedores, factores de emisión específicos del proveedor, factores de emisión relativos al "residual mix", esto es, a la energía y a las emisiones no vigiladas o no reclamadas (metodología utilizada, con factor de emisión Italia para el año 2022: 457 gCO₂/kWh - fuente: AIB 2022 - European Residual Mixes 2021). El método Location-Based se basa en factores de emisión medios correspondientes a la generación de energía por fronteras geográficas bien definidas, entre las que se encuentran fronteras locales, subnacionales o nacionales (metodología utilizada, con factor de emisión para Italia para el año 2022: 315 gCO₂/kWh - fuente: TERNA 2019 - Factores de emisión a la atmósfera de gases de efecto invernadero en el sector eléctrico nacional y en los principales países europeos).

6.3 CONSUMO HÍDRICO

Los procesos productivos de DalterFood, por la idiosincrasia de su propia actividad, utilizan una gran cantidad de agua. El agua es, efectivamente, indispensable para garantizar el respeto de las normas higiénico-sanitarias y para garantizar elevados estándares de calidad.

La mayoría del consumo de agua se concentra en las actividades de elaboración, lavado y desinfección que se llevan a cabo en las queserías. No obstante, al tratarse de un recurso preciado y limitado, el Grupo se compromete a reducir el despilfarro de agua al mínimo gracias al uso de tecnologías específicas y a la adopción de sinergias productivas que permitan reducir el consumo de agua por unidad de producto. Aparte del uso civil, la mayor cantidad de agua que se utiliza corresponde al proceso de lavado de las ruedas, que comporta la

pérdida de pequeñas cantidades de proteínas y grasa, con la consecuente contaminación de las aguas. A efectos de mejorar el tratamiento de las aguas, en 2022 DalterFood Group instaló un equipo más eficiente, equipado con un flotador de aire disuelto que permite la eliminación físico-química de dichos desechos y una mejor depuración de las aguas residuales.



Por lo que respecta al consumo de agua imputable a extracciones de acueductos, en 2022 se registró un consumo de 43 megalitros (+ 5 % respecto al 2021), imputable al aumento de la facturación del Grupo y a la creciente necesidad de dicho recurso en los procesos productivos como consecuencia.







LA PROTECCIÓN DEL CAPITAL HUMANO

LA PROTECCIÓN DEL CAPITAL HUMANO

DalterFood Group considera que la clave fundamental de su éxito reside en sus colaboradores. Por este motivo, la empresa protege y promueve su bienestar y su satisfacción, poniendo a su disposición herramientas adecuadas de formación y actualización profesional, con el fin de mejorar e incrementar sus conocimientos y las competencias de cada uno de sus colaboradores.

7.1 INCLUSIÓN, BIENESTAR Y DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS

DalterFood Group reconoce el papel fundamental de sus empleados y la importancia de entablar con ellos una relación basada en los principios de transparencia, lealtad y confianza mutua. Para el Grupo, la protección y la promoción del valor de los recursos humanos representan los pilares sobre los que se sustenta el modelo de responsabilidad adoptado, un modelo que respeta la igualdad de oportunidades y la diversidad de las personas, con el objetivo de crear un clima laboral tranquilo y que fomente la motivación.

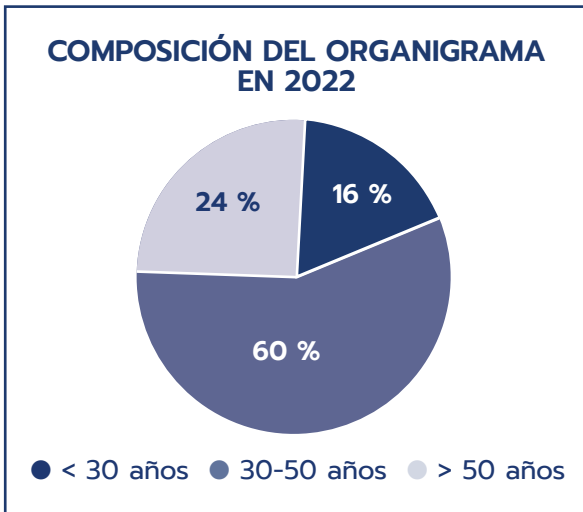
A fecha de 31 de diciembre de 2022, el organigrama de DalterFood Group está formado por 174 personas, en crecimiento respecto a ejercicios anteriores (+4 % respecto al 2021¹⁾). Considerando el total, el 59 % de los empleados son hombres y el 41 % restante, mujeres. Esta brecha se atribuye principalmente a la propia naturaleza de la actividad, donde los puestos de trabajo los ocupan principalmente cargos masculinos debido al esfuerzo físico que requieren las actividades de producción (por su parte, los recursos femeninos trabajan en su mayoría en tareas de administración).



¹Tras un proceso de mejora del sistema de elaboración del informe y con el fin de garantizar la comparabilidad de los datos, el detalle relativo al organigrama completo se ha revisado respecto al que se publicó en el anterior Balance de Sostenibilidad. Para los datos publicados anteriormente, le remitimos al Balance de Sostenibilidad 2021, publicado en el sitio web www.dalterfood.com



La categoría profesional con mayor representación es la de los operarios (57 %), seguida por la de los empleados (31 %), mandos intermedios (11 %) y directivos (1 %).



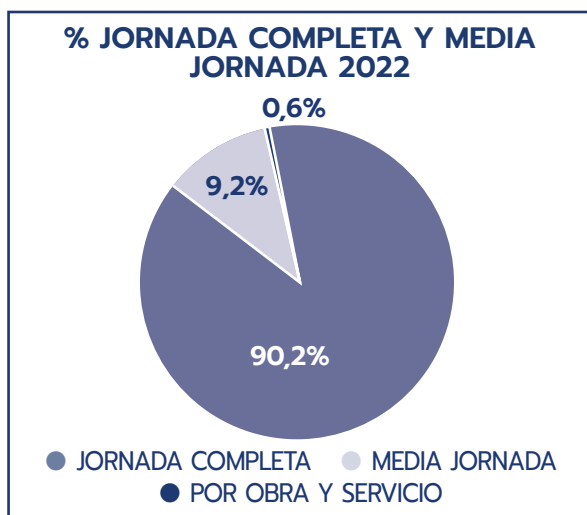
La composición demográfica del organigrama del Grupo registra un predominio de la franja de edad comprendida entre los 30 y los 50 años (60 %), mientras que los menores de 30 representan el 16 % del organigrama y, los mayores de 50, el 24 %.

Por su propias actividades, el Grupo recurre a un número reducido de trabajadores externos, entre los que se encuentran personal en prácticas, trabajadores autónomos, interinos y contratos de reserva por un total de 12 personas a fecha de 31 de diciembre de 2022, el 33 % más respecto al 2021.

En 2022, el 82 % del organigrama de DalterFood Group tiene contrato indefinido (10 efectivos más que el año anterior) y, el 18 % restante tiene un contrato temporal. Dicho incremento refleja el compromiso del Grupo con la incentivación de la contratación indefinida, para garantizar a sus colaboradores estabilidad y seguridad. Por su parte, en lo que respecta a las contrataciones a jornada completa y media jornada, el Grupo permanece atento a las demandas de sus propios empleados, también por lo que respecta a los horarios de trabajo y a la conciliación de la vida personal y la profesional. En 2022, el 10 % de los

empleados trabaja a media jornada, porcentaje que permanece prácticamente inmutable respecto al del ejercicio anterior.

El 84 % del personal de todo el Grupo pertenece al Convenio Colectivo Nacional del Trabajo de conformidad con las normativas de los países que albergan sus diferentes sedes. En concreto, para las sedes italianas se aplica el convenio colectivo CCNT "Alimentación", mientras que, para las sedes extranjeras, se aplican otras formas de convenio previstas a nivel local. A todos los empleados se les abona, en base a los acuerdos anuales, una prima anual supeditada al rendimiento productivo: los criterios para su obtención se fijan en reuniones específicas con la Dirección, en las que se exponen con carácter trimestral todos los avances realizados respecto a la consecución del objetivo. Además, para determinadas categorías específicas de empleados, está prevista la distribución de una prima anual supeditada al rendimiento individual. Las indemnizaciones por cese de la actividad laboral



y las aportaciones a fondos de pensiones están reguladas por el CCNT correspondiente, mientras que no estén previstas prestaciones adicionales para ningún empleado.

La mejora continua, el reconocimiento de la aportación de cada persona y la búsqueda de la excelencia forman parte integral del ADN del Grupo y, como tal, se fomentan. Para lograr estos objetivos, DalterFood Group adopta criterios de selección rigurosos y procura incorporar recursos de valor. En el 2022, el Grupo contrató a 56 personas nuevas (36 hombres y 20 mujeres), lo que supone una tasa de contratación del 32 % (dato que se mantiene prácticamente inmutable respecto al del año anterior). Si analizamos el total de las nuevas contrataciones, vemos que el 63 % tiene menos de 30 años, lo que demuestra

la voluntad del Grupo de incentivar la contratación de recursos jóvenes para respaldar el empleo juvenil, especialmente entre la población local, con el fin de aportar valor económico al territorio.

También por lo que respecta a los ceses, no se han producido cambios relevantes respecto al ejercicio anterior. En concreto, la tasa de rotación permanece sin cambios en el 28 %, con un total de 49 salidas. Si analizamos los datos correspondientes a los recursos que abandonaron la empresa, vemos que la mayoría de los ceses se produjeron en el ámbito de la producción y corresponden en su mayoría a los recursos de género femenino, debido al tipo de horario de trabajo previsto en la fábrica (tres turnos, incluido el nocturno), lo que provoca la búsqueda de una actividad profesional distinta para lograr una mejor conciliación de la vida familiar/laboral.

Proceso de selección

La gestión de las relaciones laborales responde al reconocimiento del valor de cada individuo, tanto en las fases de selección como en las de contratación y desarrollo de la carrera profesional. La evaluación de los candidatos se lleva a cabo en base a protocolos definidos, transparentes y orientados exclusivamente a la búsqueda de perfiles que respondan mejor a las exigencias y expectativas de la empresa, bajo una perspectiva puramente meritocrática, en aras de garantizar las mismas oportunidades a todas las personas interesadas. La Dirección de Recursos Humanos, dentro de los límites de la información de que dispone, adopta las medidas oportunas para evitar favoritismos, nepotismos o formas de clientelismo en las fases de selección y contratación (por ejemplo, evitando que el reclutador tenga alguna relación de parentesco con el candidato), así como conflictos de interés. DalterFood Group se compromete asimismo a no favorecer de ninguna manera a candidatos recomendados por terceros, en concreto a aquellos que formen parte de la Administración Pública o sean clientes de la Sociedad. En caso de que algún miembro de la Administración Pública recomiende una contratación a algún responsable de departamento o empleado, este hecho se denuncia de inmediato al Organismo de Supervisión, que procede a realizar las indagaciones que estime oportunas.

En el momento de la contratación, para todo el personal, tanto interno como externo, se aplican los mismos procedimientos corporativos: se hace entrega del reglamento de la empresa, el código ético, las herramientas de trabajo necesarias para las tareas específicas (por ejemplo, portátil personal y móvil para los empleados, y uniformes y Equipos de Protección Individual para los operarios).

Diversidad e inclusión

DalterFood Group se compromete a ofrecer las mismas oportunidades laborales y de desarrollo profesional a todos sus empleados. Los directivos y responsables de los departamentos de la empresa tienen el deber de garantizar el respeto a la igualdad de oportunidades también en la gestión de la relación laboral, garantizando la ausencia de discriminaciones en los lugares de trabajo, garantizando un trato equitativo basado en criterios de mérito e identificando y resolviendo puntualmente cualquier problema en este sentido. Además, cada responsable de departamento debe garantizar que, en los procesos de contratación, formación, retribución, promoción, traslado y cese de la relación en sí, los empleados reciban un trato equitativo sin importar su género y teniendo en cuenta su capacidad para satisfacer los requisitos de la tarea que se le asigna.

Protección de los derechos humanos y ausencia de discriminación

El Grupo promueve de forma constante el respeto y la protección de la persona en su integridad moral, cultural, física y profesional y dispone de herramientas y procedimientos aptos para garantizar a todos los trabajadores el respeto y la protección frente a cualquier riesgo de condicionamiento ilícito, malestar o perjuicio. Los derechos humanos se rigen en base al código ético y a la legislación del país donde tenga su sede la sociedad del Grupo.

El objetivo es fomentar el crecimiento profesional de cada empleado y, en consecuencia, incrementar el bienestar en la empresa. Valores como la meritocracia, la lealtad, la seriedad, la dedicación y el espíritu colaborativo son los que inspiran las relaciones en el seno del Grupo, que se compromete a favorecer su difusión entre los trabajadores junto a la cultura de la integración. Como prueba de ello, confirmamos que en el transcurso del 2022 tampoco se ha denunciado ningún episodio de discriminación.

Desarrollo de las competencias

La puesta en valor de las destrezas profesionales y el desarrollo de las competencias son un factor estratégico para la competitividad en el mercado. En 2022, DalterFood Group implantó un sistema de vigilancia de la formación impartida, que registró un total de 1875 horas dedicadas a los empleados en materia de salud y seguridad, de desarrollo de las competencias básicas y técnico-especializadas, más la formación de los recién contratados. Además, la Sociedad ha puesto en marcha un plan para desarrollar también las competencias transversales mediante la adopción de planes de formación específicos y orientados al personal en base a las competencias necesarias para el desarrollo de sus funciones, plan que se desarrollará por completo en 2023.

1875 horas

DE FORMACIÓN IMPARTIDAS EN 2022

TIPOLOGÍA DE FORMACIÓN IMPARTIDA EN 2022



Bienestar de los trabajadores

Para DalterFood Group, el bienestar de sus colaboradores es una prioridad, motivo por el que se esfuerza en promover un ambiente de trabajo tranquilo y a garantizar, en consecuencia, su bienestar psicológico, físico y social. A tal efecto, el Grupo ha puesto a disposición de sus empleados un sistema de cobertura sanitaria integral, la posibilidad de teletrabajar y ha introducido el uso de cheques restaurante en todas las sedes italianas. Para la empresa, las demandas de los trabajadores son un componente importante: para facilitar el diálogo, cada año, con motivo de la actualización del Balance de Sostenibilidad, se les facilita un cuestionario en el que se pueden señalar aspectos críticos o necesidades de cualquier tipo. Además, con una frecuencia aproximadamente trienal, se llevan a cabo análisis del clima empresarial con motivo de los proyectos de Food Culture.

7.2 DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

La seguridad y la protección del entorno de trabajo son valores fundamentales. Por este motivo, el Grupo se ha puesto el objetivo de reducir a cero la cifra de accidentes laborales.

Para lograrlo, DalterFood Group adopta un enfoque preventivo mediante la participación de todas las partes interesadas, para efectuar un análisis exhaustivo de los riesgos y diseñar un protocolo sanitario para cada tarea: aparte de la presencia de Servicios Médicos de Prevención, gracias a la presencia de médicos del trabajo identificados y nombrados en cada planta de producción, cada empleado está cubierto por un protocolo sanitario que identifica sus funciones y, en consecuencia, las comprobaciones que es obligatorio realizar, con un calendario específico.

En el marco de la realización de sus actividades, cada trabajador debe prestar la máxima atención para cumplir todas las medidas de seguridad y de prevención establecidas, así como las instrucciones y directrices de los sujetos a quienes la Sociedad haya encargado velar por el cumplimiento de las obligaciones en materia de seguridad, para evitar cualquier posible riesgo para sí mismos y para sus compañeros y colaboradores.

DalterFood Group se compromete a difundir y consolidar la cultura de la seguridad, fomentando la concienciación sobre los riesgos, el respeto a la normativa vigente y promoviendo comportamientos responsables por parte de todos los colaboradores. El objetivo del Grupo es proteger los recursos humanos, patrimoniales y financieros de la Sociedad, buscando constantemente las sinergias necesarias no solo a nivel interno, sino también con los proveedores, las empresas y los clientes implicados. Para ello, la empresa se compromete a actualizar de forma periódica el análisis de los riesgos laborales y, en caso de que se produzcan accidentes, cuasiaccidentes o se denuncien situaciones peligrosas, se procede a la actualización de los procedimientos ya existentes, la introducción de nuevos controles que puedan ser necesarios y, si procede, se vuelve a formar a los trabajadores sobre los contenidos de los procedimientos, para mejorar su concienciación sobre los riesgos asociados a la actividad.

De conformidad con lo previsto en la normativa en materia de seguridad aplicable, a efectos de lo antedicho, la Sociedad invita a sus colaboradores a respetar los siguientes principios:

- **Eliminar los riesgos y, si no es posible, reducirlos al mínimo;**
- **Evaluar los riesgos que no se puedan evitar;**
- **Reducir los riesgos en origen;**
- **Sustituir lo que sea peligroso por algo que no lo sea o que sea menos peligroso;**
- **Priorizar las medidas de protección colectiva sobre las medidas de protección individual;**
- **Impartir instrucciones y formación adecuadas a los trabajadores;**
- **Tener en cuenta el grado de evolución tecnológica;**
- **Respetar los principios ergonómicos en la concepción de los espacios de trabajo y selección atenta de los equipos de trabajo y de los métodos de trabajo, en concreto, para atenuar el trabajo monótono y repetitivo y reducir su impacto sobre la salud;**
- **Programar la prevención, buscando una serie coherente de iniciativas que integren la técnica, la organización del trabajo, las condiciones de trabajo, las condiciones sociales y la influencia del entorno de trabajo;**

En el transcurso del ejercicio 2022 se produjeron 6 casos de enfermedad profesional entre los trabajadores por cuenta ajena (un aumento del 50 % respecto al año anterior), mientras que, por lo que respecta a los trabajadores externos, no se ha constatado ningún caso. Las enfermedades profesionales se derivan principalmente de la manipulación de cargas pesadas. Para reducir dichos sucesos, el Grupo ha implementado un proceso de automatización de algunas fases para las que se necesita la manipulación manual, mediante la adopción de equipos como: grúa de trípode (elevación dese la caldera), grúa puente (en los locales del saladero), transpaleta eléctrica, carretilla elevadora, toro elevador y volteadora de ruedas (en almacén). En los próximos años se incorporarán nuevos equipos para evitar el transporte de carros de empuje y se harán cambios en los saladeros para seguir reduciendo los riesgos residuales de manipulación de las ruedas.

Por lo que respecta a los casos de accidentes, se registraron 9 casos, solo uno de ellos grave, lo que supone una reducción del 47 % respecto al 2021, lo que determina una tasa de accidentes del 28,81, cifra que supone una clara disminución respecto al pasado año, cuyo valor fue del 56,55. Dichas reducciones deben atribuirse a diferentes factores: ante todo, una mejora de la formación impartida a los trabajadores, que se ha adaptado de forma rigurosa a las normas que prevé el Decreto Legislativo italiano 81/2009 y al aumento de la plantilla de efectivos formados para funciones específicas, tales como, responsables de emergencias, carretilleros, responsables de trabajos en altura y encargados. Se han efectuado asimismo inspecciones específicas que han puesto de relieve posibles riesgos críticos para la seguridad, para los que se han implementado diversas acciones preventivas de inmediato, tanto mediante intervenciones técnicas en maquinaria, como de gestión.



7.3 COMUNIDAD LOCAL Y TERRITORIO

El valor de una empresa no se puede medir solo con los datos económicos y de ventas, sino también con las acciones intangibles que contribuyen a determinar la capacidad para conseguir con éxito en el tiempo los fines de la organización. Estos activos diferenciadores son los que persigue la empresa desde siempre, dado que los considera estratégicos bajo la perspectiva de crear conocimiento, cultura organizativa, sentimiento de pertenencia, vínculos con el territorio y con el ecosistema que lo rodea, mediante la promoción de actuaciones positivas de impacto social y ambiental. Para una realidad como DalterFood Group, que se caracteriza por una estrategia productiva estrictamente vinculada a una ubicación geográfica concreta, el territorio tiene una importancia fundamental.

Durante años, DalterFood ha creado un vínculo fuerte con el territorio en el que opera, fomentando la solidaridad y el apoyo a su comunidad, pero también, contribuyendo al desarrollo social, económico y medioambiental. El Grupo se compromete también de cara a los próximos años a realizar proyectos orientados al bienestar del territorio, basados en tres pilares:



**Garantizar
oportunidades
de empleo a las
comunidades locales**



**Trabajar respetando el
entorno circundante**



**Poner en valor las
peculiaridades de los
lugares de origen de
los productos**

con el fin de crear
desarrollo para el territorio,
promoviendo la cadena
agroalimentaria italiana.

Estos valores intrínsecos y distintivos han conducido a la consolidación de relaciones virtuosas con los grupos de interés, creando redes de relaciones de cadena con la intención de proteger el contexto social que les rodea.

Gracias a la atención prestada al territorio y a sus realidades, el Grupo puede garantizar productos y servicios de máximo nivel a sus clientes y, por lo tanto, a los consumidores finales.



ANEXOS – INDICADORES DE RENDIMIENTO

Responsabilidad medioambiental

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 301-1: Materiales utilizados por peso o volumen

Tipología de material	Unidad de medida	2021		2022	
		Renovable	No Renovable	Renovable	No Renovable
Total de materiales asociados al proceso					
Leche	litros	34.781.752	-	36317286	-
Quesos comprados	kg	12913202	-	13298694	-
Total material de envasado					
Materiales de envasado	kg	763942	-	753499	-
Materiales de envasado - Etiquetas	N	13366935	-	15659060	-
Total otros					
Otras materias primas utilizadas - Celulosa	kg	26400	-	36000	-
Palés madera	N	11578	-	11885	-
Palés plástico	N	-	2096	-	514

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 301-2: Materiales utilizados procedentes de reciclaje

Material	2021	2022
	% de material reciclado	% de material reciclado
Cartón ondulado	80 %	80 %
Embalajes de plástico	7 %	9 %

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 301-2: Materiales utilizados procedentes de reciclaje

Productos recuperados y materiales de envasado correspondientes para cada categoría de producto	2021 %	2022 %
Suero de leche derivado de la transformación	100 %	100 %
Nata de afloramiento	100 %	100 %
Cortezas	1 %	1 %
Platos	2 %	0 %
Fresados	1 %	1 %
Categoría 3	1 %	1 %

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 302-1: Energía consumida dentro de la organización

Energía utilizada dentro de la organización		
	2021 ¹²	2022
Consumo total de energía (GJ)	39750	41384
de la cual, de fuentes no renovables (GJ)	39750	41384
de la cual, de fuentes renovables (GJ)	-	-
de la cual, energía eléctrica (GJ)	12664	13491
comprada (GJ)	12664	13491
autoproducida fotovoltaica (GJ)	-	-
de la cual, consumida (GJ)	-	-
de la cual, vendida (GJ)	-	-
de la cual, combustible (GJ)	27086	27893
gas natural (GJ)	25720	26560
gasóleo para la flota de vehículos (GJ) ¹³	1195	1102
gasolina para la flota de vehículos (GJ)	171	233

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 305-1: Emisiones directas de GEI (Scope 1)

Emisiones directas de scope 1			
Scope 1	Unidad de medida	2021	2022
Vectores energéticos para uso en calefacción/producción			
Gas natural	tCO ₂ e	1309	1353
Gasóleo	tCO ₂ e	-	-
Flota de vehículos – Uso corporativo			
Gasóleo	tCO ₂ e	79	74
Gasolina	tCO ₂ e	11	15
Total emisiones Scope 1	tCO₂e	1399	1442

¹² Tras un proceso de mejora del sistema de elaboración del informe y con el fin de garantizar la comparabilidad, los datos relativos a la energía consumida por el Grupo se han revisado respecto a los publicados en el Balance de Sostenibilidad anterior. Para los datos publicados anteriormente, le remitimos al Balance de Sostenibilidad 2021, publicado en el sitio web <https://www.dalterfood.com/>.

¹³ Todos los vehículos se consideran de "uso corporativo", tanto para el 2022 como para el 2021

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 305-2: Emisiones indirectas de GEI por consumos energéticos (Scope 2)

Emisiones directas de scope 1	Unidad de medida	2021	2022
Vectores energéticos para uso en calefacción/producción			
Emisiones directas Scope 1	tCO2	1399	1442
Emisiones indirectas Scope 2 – Location-Based	tCO2	1108	1180
Emisiones indirectas Scope 2– Market-Based	tCO2	1718	1606

Factores de conversión

	2022	2021	Fuente
	GJ	GJ	
1 kWh	0,0036	0,0036	CONSTANTE
1 Sm ³ de gas natural para calefacción/autoproducción	0,0398	0,0397	Uk government - ghg conversion factors for company reporting, 2022 y 2021
1 l Diésel - flota de vehículos	0,0382	0,0382	
1 l de gasolina - flota de vehículos	0,0343	0,0344	

Factores de emisión¹⁴

	2022	2021	Fuente
Emisiones indirectas – Scope 2 (tCO2/ KWh) – Location based	0,0003	0,0003	Terna, Confronti Internazionali, 2019
Emisiones indirectas – Scope 2 (tCO2/ KWh) – Market based	0,0005	0,0005	AIB, European Residual Mixes, 2022 y 2021
Gas natural para calefacción/producción (tCO2e/smc)	0,0020	0,0020	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022 y 2021
Gasóleo para calefacción/producción (tCO2e/l)	0,0028	0,0028	
Gasóleo para combustible de vehículos (tCO2e/l)	0,0026	0,0025	
Gasolina para combustible de vehículos (tCO2e/l)	0,0022	0,0022	

¹⁴ Los factores de emisión declarados por Terna, Confronti Internazionali versión 2019 y AIB, European Residual Mixes versión 2022 e 2021, se expresan en toneladas de CO₂; sin embargo, el porcentaje de metano y óxido nítrico tiene un efecto despreciable en las emisiones totales de gases de efecto invernadero (CO₂e), tal y como se infiere de la bibliografía técnica de referencia.

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 303-3: Extracción hídrica

Extracciones hídricas					
Origen de la extracción	Unidad de medida	2021		2022	
		Todas las áreas	Áreas bajo estrés hídrico	Todas las áreas	Áreas bajo estrés hídrico
Agua de terceros (total)	Megalitros	41	-	43	-
Agua dulce (≤ 1000 mg/L sólidos disueltos en total)	Megalitros	41	-	43	-
Otro tipo de agua (> 1000 mg/L sólidos disueltos en total)	Megalitros	-	-	-	-

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 306- 3 (2020): Residuos generados

Residuos					
Composición de los residuos	Unidad de medida	2021		2022	
		Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos
Hierro y Acero	TONELADA	-	3,2	-	5,2
Lodos de tratamiento de afluentes	TONELADA	-	31,4	-	27,6
Embalajes de plástico	TONELADA	-	73,3	-	50,3
Embalajes de papel y cartón	TONELADA	-	33,4	-	47,1
Equipos en desuso	TONELADA	-	-	-	8
Embalajes mixtos	TONELADA	-	-	-	13,7
Total	TONELADA	-	141, 3	-	151,9



RESPONSABILIDAD SOCIAL:

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 2-7: Información sobre empleados y otros trabajadores

Número total de empleados desglosados por tipo de contrato (indefinido o temporal) y género						
Origen de la extracción	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Italia	78	65	143	90	58	148
Indefinido	58	52	110	69	51	120
Temporal	20	13	33	20	7	27
Por obra y servicio	-	-	-	1	-	1
Italia – Jornada completa/ media jornada	78	65	143	89	58	147
de los cuales, a jornada completa	75	57	132	86	49	135
de los cuales, a media jornada	3	8	11	3	9	12
Reino Unido	3	2	5	3	3	6
Indefinido	3	2	5	3	3	6
Temporal	-	-	-	-	-	-
Reino Unido – Jornada completa/media jornada	3	2	5	3	3	6
de los cuales, a jornada completa	3	1	4	3	2	5
de los cuales, a media jornada	-	1	1	-	1	1
Alemania	10	9	19	9	11	20
Indefinido	8	9	17	7	10	17
Temporal	2	-	2	2	1	3
Alemania – Jornada completa/media jornada	10	9	19	9	11	20
Indefinido	8	8	16	7	10	17
Temporal	2	1	3	2	1	3
Total	71	76	167	102	72	174



INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 2-8: Trabajadores que no son empleados

Cifra de trabajadores externos (FTE) cuyas tareas se encuentran bajo el control de la organización						
Relación contractual	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Italia	78	65	143	90	58	148
Personal en prácticas o becarios	-	1	1	-	1	1
Trabajadores autónomos	3	-	3	3	-	3
Interinos	2	2	4	2	3	5
Contratos de reserva	-	-	-	1	-	1
Total	5	3	8	6	4	10

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 401-1: Nuevas contrataciones y rotación de personal

Número de contrataciones								
Número de personas	2021				2022			
	<30 años	30-50 años	>50 años	Total	<30 años	30-50 años	>50 años	Total
Italia	16	33	3	52	15	22	9	46
Hombres	10	15	3	28	14	14	5	33
Mujeres	6	18	-	24	1	8	4	13
Reino Unido	-	1	-	1	-	4	-	4
Hombres	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	1	-	1	-	3	-	3
Alemania	-	1	-	1	1	3	1	5
Hombres	-	1	-	1	1	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	3	1	4
Total	16	35	3	54	17	29	10	56
Hombres	10	16	3	29	16	15	5	36
Mujeres	6	19	-	25	1	14	5	20

Número de ceses								
Número de personas	2021				2022			
	<30 años	30-50 años	>50 años	Total	<30 años	30-50 años	>50 años	Total
Italia	16	25	2	43	14	20	8	42
Hombres	13	11	1	25	10	4	6	20
Mujeres	3	14	1	18	4	16	2	22
Reino Unido	-	-	-	-	-	3	-	3
Hombres	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	2	-	2
Alemania	-	6	-	6	2	1	1	4
Hombres	-	4	-	4	1	0	0	1
Mujeres	-	2	-	2	1	1	1	3
Total	16	31	2	49	16	24	9	49
Hombres	13	15	1	29	11	5	6	22
Mujeres	3	16	1	20	5	19	3	27

Tasa de contratación y rotación por género y área geográfica								
Número de personas	2021				2022			
	Entradas		Salidas		Entradas		Salidas	
	Cifra	%	Cifra	%	Cifra	%	Cifra	%
Italia	52	36 %	43	30 %	46	32 %	42	28 %
Hombres	28	48%	25	43%	33	38%	20	22%
Mujeres	24	37%	18	28%	13	22%	22	38%
Reino Unido	1	20 %	-	-	4	67 %	3	50 %
Hombres	-	-	-	-	1	33 %	1	33 %
Mujeres	1	50 %	-	-	3	100 %	2	67 %
Alemania	1	5 %	6	32 %	5	25 %	4	20 %
Hombres	1	10 %	4	40 %	1	11 %	1	11 %
Mujeres	-	-	2	22 %	4	36 %	3	27 %

Tasa de contratación y rotación por rango de edad

Número de personas	2021				2022			
	Entradas		Salidas		Entradas		Salidas	
	Cifra	%	Cifra	%	Cifra	%	Cifra	%
Total	54	32 %	49	29 %	56	32 %	49	28 %
< 30 años	16	57%	16	57%	17	61%	16	57%
30-50 años	35	35%	31	31%	29	28%	24	23%
> 50 años	3	8%	2	5%	10	24%	9	21%

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 403-9: Salud y seguridad en el trabajo

Accidentes laborales - empleados	2021	2022
Número total de fallecidos por accidente laboral	-	-
Número total de accidentes laborales graves (sin incluir los fallecidos)	-	1
Número total de accidentes laborales registrables	15	9
de los cuales, lesiones superficiales, heridas abiertas y quemaduras	14	8
de los cuales, esguinces, traumatismos, luxaciones, fracturas y elongaciones	1	1
Horas trabajadas	265267	277689
Tasa de fallecidos en accidentes laborales	-	-
Tasa de accidentes laborales graves (sin contar los fallecidos)	-	3,60
Tasa de accidentes laborales registrables	56,55	28,81

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 403-10: Dolencias y enfermedades profesionales

Dolencias y enfermedades profesionales	2021	2022
Número de casos de muerte derivados por enfermedades profesionales	-	-
Número de casos de enfermedades profesionales registrables	3	6

INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 404-1: Media de horas de formación anual por empleado

Horas de formación por categoría profesional y género						
Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	-	-	-	-	-	-
Mandos intermedios	80	12	92	242	51	293
Empleados	8	29	37	360	382	742
Operarios	16	-	16	649	191	840
Total	104	41	145	1251	624	1875

Horas per cápita						
Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	-	-	-	-	-	-
Mandos intermedios	29,3	9,3	38,7	58,7	25,7	71,1
Empleados	2	9,8	11,8	36,8	65,6	102,3
Operarios	0,7	-	0,7	19,2	16	35,3
Total	32,0	19,1	51,2	114,7	107,3	222,0



INFORMACIÓN SOBRE LOS GRI STANDARDS 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados

Número total de empleados por categoría profesional y género

Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	1	-	1	1	-	1
Mandos intermedios	13	7	20	13	6	19
Empleados	16	29	45	19	35	54
Operarios	61	40	101	69	31	100
Total	91	76	167	102	72	174

Número total de empleados por categoría profesional y rango de edad

Categoría profesional	2021				2022			
	<30 años	30-50 años	>50 años	Total	<30 años	30-50 años	>50 años	Total
Directivos	-	-	1	1	-	-	1	1
Mandos intermedios	2	11	7	20	2	10	7	19
Empleados	8	28	9	45	9	35	10	54
Operarios	18	62	21	101	17	59	24	100
Total	28	101	38	167	27	105	42	174

Categorías protegidas

Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	-	-	-	-	-	-
Mandos intermedios	-	-	-	-	-	-
Empleados	1	1	2	1	2	3
Operarios	-	2	2	1	2	3
Total	1	3	4	2	4	6

Número total de empleados por categoría profesional y rango de edad (porcentaje)

Categoría profesional	2021				2022			
	<30 años	30-50 años	>50 años	Total	<30 años	30-50 años	>50 años	Total
Directivos	-	-	100%	1%	-	-	100%	1%
Mandos intermedios	10%	55%	35%	12%	11%	53%	37%	11%
Empleados	18%	62%	20%	27%	17%	65%	19%	31%
Operarios	18%	61%	21%	60%	17%	59%	24%	57%
Total	17 %	60 %	23 %	100 %	16 %	60 %	24 %	100 %

Número de empleados por categoría profesional y género (porcentaje)

Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	100 %	-	1 %	100 %	-	1 %
Mandos intermedios	65 %	35 %	12 %	68 %	32 %	11 %
Empleados	36 %	64 %	27 %	35 %	65 %	31 %
Operarios	60 %	40 %	60 %	69 %	31 %	57 %
Total	54 %	46 %	100 %	59 %	41 %	100 %

Porcentaje de empleados pertenecientes a categorías protegidas por categoría

Categoría profesional	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	-	-	-	-	-	-
Mandos intermedios	-	-	-	-	-	-
Empleados	6 %	3 %	4 %	5 %	6 %	6 %
Operarios	-	5 %	2 %	1 %	6 %	3 %
Total	1 %	4 %	2 %	2 %	6 %	3 %

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

DECLARACIÓN DE USO	Dalter Alimentari S.p.A ha presentado la información a la que se hace referencia en el presente índice de contenidos GRI para el periodo que va del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 y con respecto a los GRI Standards "(GRI Referenced)"
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021

GRI Content Index			
GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	NOTAS
Perfil de la organización y prácticas de presentación de informes			
GRI 2: Contenidos generales	2-1 Detalles organizativos	23	
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	6	
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	6	
	2-4 Actualización de la información	32, 66, 72, 81	
Actividades y trabajadores			
GRI 2: Contenidos generales	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	33-35, 38-43	
	2-7 Empleados	72,73,84	
	2-8 Trabajadores que no son empleados	85	
Gobernanza			
GRI 2: Contenidos generales	2-9 Estructura de gobernanza y composición	22-25	El indicador es conforme con los requisitos a,b.
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	24	
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la definición de fines, valores y estrategias	24	El indicador es conforme con el requisito a.
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	24	
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	28	El indicador es conforme con el requisito b.
	2- 19 Políticas de remuneración	24	El indicador es conforme con el requisito a.
	2-21 Ratio de compensación total anual	25	El indicador es conforme con el requisito a.

DECLARACIÓN DE USO	Dalter Alimentari S.p.A ha presentado la información a la que se hace referencia en el presente índice de contenidos GRI para el periodo que va del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 y con respecto a los GRI Standards "(GRI Referenced)"
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021

GRI Content Index

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	NOTAS
--------------	------------	---------	-------

Estrategia, políticas y prácticas

GRI 2: Contenidos generales	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1	
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	26-28	El indicador es conforme con los requisitos requisito a.i.
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	28	El indicador es conforme con los requisitos a,b.
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	28	
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	27	
	2-28 Afiliación a asociaciones	47	

Participación de los grupos de interés

GRI 2: Contenidos generales	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	13-15	
	2-30 Convenios colectivos	73	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	
--------------	------------	---------	--

GRI 3: Temas materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	10-12	
	3-2 Lista de temas materiales	11,12	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	
--------------	------------	---------	--

GRI 201: Desempeño económico (2016)	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	32	
GRI 205: Anticorrupción (2016)	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	28	
GRI 206: Competencia desleal (2016)	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	28	

DECLARACIÓN DE USO	Dalter Alimentari S.p.A ha presentado la información a la que se hace referencia en el presente índice de contenidos GRI para el periodo que va del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 y con respecto a los GRI Standards "(GRI Referenced)"
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021

GRI Content Index			
GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	NOTAS
GRI 301: Materiales (2016)	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	63, 64, 80	
	301-2 Insumos reciclados	63, 64, 80	
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	63, 64, 80	
GRI 302: Energía (2016)	302-1 Consumo energético dentro de la organización	66, 67, 81	
GRI 303: Agua y efluentes (2018)	303-3 Extracción de agua	69, 83	
GRI 305: Emisiones (2016)	305-1 Emisiones directas de GEI (Scope 1)	68, 81,82	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Scope 2)	68, 81,82	
GRI 306: Residuos (2020)	306-3 Residuos generados	65, 83	
GRI 401: Empleo (2016)	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	72-73, 85-87	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo (2018)	403-9 Lesiones por accidente laboral	87	El indicador es conforme con el requisito a.
	403-10 Dolencias y enfermedades profesionales	87	El indicador es conforme con los requisitos a.i,a.ii; b.i.b.ii.
GRI 404: Formación y enseñanza (2016)	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	75,76,77,88	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades (2016)	405-1 Diversidad en los órganos de gobierno y empleados	72-75, 89-90	
GRI 406: No discriminación (2016)	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	74	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes (2016)	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	55-56	
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	27	

DECLARACIÓN DE USO	Dalter Alimentari S.p.A ha presentado la información a la que se hace referencia en el presente índice de contenidos GRI para el periodo que va del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 y con respecto a los GRI Standards "(GRI Referenced)"
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021

GRI Content Index			
GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINAS	NOTAS
GRI 417: Marketing y etiquetado (2016)	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	54	
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	27	
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	35	
GRI 418: Privacidad del cliente (2016)	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	28	

Agradecemos a todos nuestros colaboradores que han participado de forma activa en la elaboración de nuestro balance.

BALANCE DE SOSTENIBILIDAD 2022
de DalterFood Group

Apoyo interno de DalterFood Group para el desarrollo editorial:
Dirección de la Empresa y Responsables de Departamento

Apoyo Metodológico técnico y Textos:
Deloitte & Touche Spa

Diseño Gráfico y Maquetación
Blureflex Advertising

Fotografías
Archivo Dalter Food Group, Freepik

DalterFood Group

Via Val d'Enza 134
Sant'Ilario d'Enza 42049
RE Italy

www.dalterfood.com

info@dalterfood.com

 DalterFood Group